

Lahden ammattikorkeakoulu
Muotoilu- ja taideinstituutti

PALVELUMUOTOILU

YKSITYISEN LIIKEKIINTEISTÖSIJOITTAMISEN TUkena
UUSI MAHDOLLISUUS SJOITUSTOIMINTAAN SYRJÄSEUDUILLA
CASE: WANHA KAUPPA

Laura Saarela



Muotoilun YAMK-opinnäytetyö
2009

TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyön nimi: Palvelumuotoilu yksityisen liikekiinteistösijoittamisen tukena.
Uusi mahdollisuus sijoitustoimintaan syrjäseuduilla. Case: Wanha Kauppa.

Tekijä: Laura Saarela

Oppilaitos: Lahden ammattikorkeakoulu, Muotoilu- ja taideinstituutti, muotoilu ja viestintä

Koulutusohjelma: Muotoilun koulutusohjelma, Design business ja muotoilun tutkimus, YAMK

Ohjaajat: Päivi-Maria Jaatinen, Ari Känkänen

Ajankohta: 2.11.2009

Työn laji ja kieli: Muotoilun opinnäytetyö, ylempi ammattikorkeakoulututkinto, suomi

Aineisto: Kirjallinen opinnäytetyöjulkaisu

Sivumäärä: 72

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on selvittää liikekiinteistösijoittamisen tulevaisuuden mahdollisuuksia suomalaisella maaseudulla ja case-kohdetta apuna käyttäen luoda uusi palvelumuotoilun työkalu yksityisen liikekiinteistösijoittajan tarpeisiin.

Liikekiinteistösijoittamista harjoittavat Suomessa yritysten ja yhteisöjen lisäksi myös yksityishenkilöt. Yhteiskunnan muutoksen, muuttoliikkeen ja maaseudun tyhjenemisen takia liikekiinteistöjä on jäänyt paljon tyhjilleen etenkin syrjäseuduilla. Näiden kiinteistöjen uuden elämän voivat mahdollistaa yksityiset sijoittajat. Maaseudulta löytyy yrittäjyyttä ja yrittäjäksi haluavia, joilla ei kuitenkaan ole yrittäjyyden alkutaipaleella mahdollisuutta sitouttaa varoja omiin toimitiloihin. Näille toimijoille tyhjilleen jääneisiin kiinteistöihin sijoittaneet henkilöt voisivat tarjota vuokrattavia toimitiloja kohtuullisin kustannuksin. Kiinteistösijoittamisessa on riskinsä ja vastuunsa, mutta sijoituksen tuotto voi parhaimmillaan kohota reilusti yli osakemarkkinoiden keskimääräisen vuotuisen tuoton, joka on noin 8-9 %. Lisäksi tämän päivän markkinatilanteessa kiinteistösijoittamisen vakaus on jo arvona merkittävä.

Tässä opinnäytetyössä käsitellään liikekiinteistösijoittamista uudesta palvelumuotoilun näkökulmasta. Palvelumuotoilun käsite sekä terminologiaa selvitetään ja esitellään muutamia sijoitustoiminnan tukemiseen soveltuvia metodeja ja työskentelytapoja. Lisäksi pohditaan, miten palvelumuotoilua voidaan hyödyntää tilapalvelujen innovoinnissa ja esitellään, millaisia tulevaisuuden tilat sekä liiketoimintaympäristöt tulevat mahdollisesti olemaan.

ASIASANAT

Palvelumuotoilu, palvelupolku, liikekiinteistö, alueellistaminen, yrittäminen, tulevaisuus

ABSTRACT

Title: Service Design as Support for Private Real Estate Investment. A New Opportunity for Investment in Rural Areas. Case: Old Shop.

Author: Laura Saarela

Institution: Lahti University of Applied Sciences, Institute of Design

Degree Program: MA Design Business and Design Research

Supervisors: Päivi-Maria Jaatinen, Ari Känkänen

Date: 2.11.2009

Type of Publication and Language: MA Thesis in Design, Finnish

Components: MA Thesis Publication

Number of Pages: 72

This thesis aims to examine the future opportunities of commercial real estate investments in rural areas of Finland. By using a specific case study it strives for creating a new tool of service design for private investors in commercial real estate.

There are both companies and communities in real estate investment business in Finland but also private persons. Due to the changes in society, migration and the emptying of rural areas there are plenty of unoccupied commercial real estate properties, particularly in remote areas. Private investors can make a new life for these properties possible. Both entrepreneurship and people who want to be entrepreneurs can be found in rural areas. The potential entrepreneurs may not have the possibility in the initial stage of entrepreneurship to tie their own premises to real estate. Private commercial real estate investors could offer rental premises for those operators at a reasonable cost. There are risks and responsibilities in real estate investments but on its best return an investment can rise well above the average annual stock market returns, which is about 8-9%. Furthermore, real estate investment's stability has a significant value in today's market.

This thesis deals with commercial property investment in the new service design perspective. Service design concept and terminology are explained and some appropriate methods for supporting the investment are presented. It will also address how the service design can be used to innovate the space services and reports and what housing and the business environments may be in the future.

KEYWORDS

Service design, service string, commercial real estate, regionalization, entrepreneurship, future

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTARCT

1 JOHDANTO	4
1.1 Johdanto tutkimusaiheeseen	4
1.2 Tutkimuksen tavoite ja rajaukset	6
2 YKSITYINEN LIIKEKIINTEISTÖSIJOITTAMINEN SYRJÄSEUDUILLA	8
2.1 Suomalaisen maaseudun tyhjillään olevat kiinteistöt	8
2.2 Alueellistaminen	9
2.3 Seututalouden vahvistaminen – kasvun edellytykset ja yrittäjyys alueilla	10
3 PALVELUMUOTOILU	12
3.1 Palvelumuotoilun määrittelyä	13
3.2 Palveluyritykset ja palveluiden suunnittelu	13
3.3 Palvelumuotoilu ja sen rakennuspalikat	14
3.4 Palvelumuotoilu ja brändäys – sama asia?	18
3.5 Palvelumuotoilun suunnittelun tavoitteet	19
3.6 Palvelumuotoilun suunnitteluprosessi ja työskentelytavat palvelumuotoilutoimisto Engine Groupin mukaan	20
3.7 Palvelumuotoilun metodien soveltaminen liikekiinteistösijoittamiseen	23
4 CASE: WANHA KAUPPA	25
4.1 Wanhan Kaupan historia	26
4.2 Wanhan Kaupan syntyminen	28
4.3 Wanhan Kaupan yrittäjät	30
4.4 Wanhan Kaupan yrittäjille kohdennettujen palveluiden kehittämisen prosessi ja tavoite	35
4.4.1 Tiedon keruu	35
4.4.2 Tiedon analysointi	36
4.4.3 Kehittämiskohteet	44
4.4.4 Ideointi	47
4.4.5 Luonnos palvelumuotoilun työkalusta	50
5 YKSITYISEN LIIKEKIINTEISTÖSIJOITTAMISEN TULEVAISUUS	60
5.1 Tulevaisuuden tilat ja liiketoimintaympäristö	60
5.2 Palvelumuotoilun hyödyntäminen tilapalveluiden innovoinnissa	62
6 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET	63
LÄHTEET	66
LIITTEET	69
KUVALUETTELO	72

1 JOHDANTO

1.1 Johdanto tutkimusaiheeseen

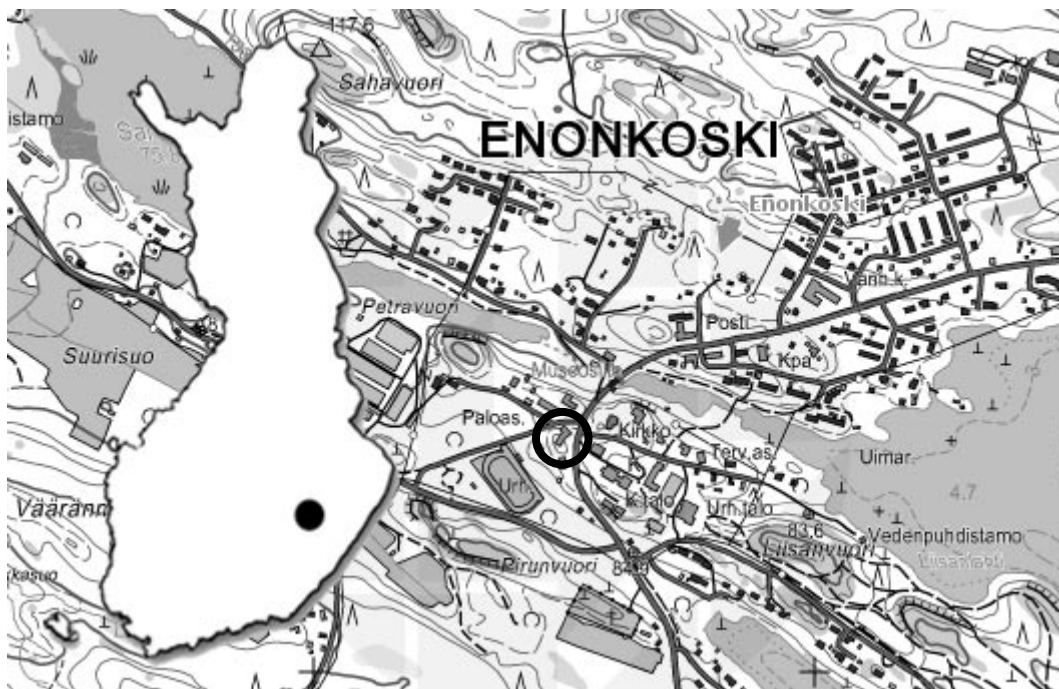
Liikekiinteistösijoittaminen ja – omistajuus mielletään usein suurten yritysten ja yhteisöjen alaksi. Suomesta löytyy kuitenkin lukuisia pieniä yrityksiä ja yksityishenkilöitä, jotka omistavat erikokoisia – ja tasoisia liikekiinteistöjä. Usein omistajuuden taustalta löytyy oma yrittäjäyys, kuten elintarvikkeiden vähittäismyynti omassa kiinteistössä. Tämä on tavallista etenkin pienemmillä paikkakunnilla. Yhteiskunnan muutoksen, muuttoliikkeen ja maaseudun tyhjenemisen takia liikekiinteistöjä on jäänyt paljon tyhjilleen. Näiden kiinteistöjen hinnat ovat usein kohtuullisia mutta kysyntää ei syrjäisen sijainnin ja mahdollisesti tilojen huonon kunnon takia juuri ole. Kysynnän kohentamisen ja tilojen uuden elämän tukena voidaan liiketalouden luomien apukeinojen lisäksi hyödyntää palvelumuotoilun menetelmiä. Palvelumuotoilulla luodaan näkymättömästä näkyvää, käyttäjäkeskeisesti. Tyhjillään oleville tiloille löytyy käyttäjiä pienyrittäjistä ja heille asiakkaita syrjäseuduiltakin, ehkä myöhemmin jopa enemmän, jos valtion alueellistamissuunnitelmat toteutuvat suunnitelmien mukaisesti. Syrjäseutujen asiakaskuntaa lisäävät myös loma-asuntojen omistajat ja käyttäjät.

Koska Kuopion yliopiston kauppätieteiden laitoksen emeritusprofessori, KTT Mauri Laukkasen mukaan uudet yrittäjät ovat usein omaa erikoisalaansa toteuttavia palveluyrittäjiä ja heidän tarvitsemansa tilat voivat olla erikoistuneita, ongelma on, mistä ne on mahdollista saada käyttöön. Omistaminen ei yrittäjälle ole useinkaan itseisarvo.² Yrittäjän keinot liiketilojen hankintaan ovat rajalliset ja kynnys omien tilojen hankintaan velkarahalla, ennen säännöllistä tulovirtaa, suuri. Tällaisessa tilanteessa tyhjillään oleville kiinteistöille uuden elämän mahdollistaisivat yksityiset sijoittajat. Kiinteistösijoittamisessa on riskinsä ja vastuunsa, mutta sijoituksen tuotto voi parhaimmillaan kohota reilusti yli osakemarkkinoiden keskimääräisen vuotuisen tuoton, joka on noin 8-9 % (markkinoiden tuotto-odotus ennen sijoittamisen kustannuksia).³ Lisäksi tämän päivän markkinatilanteessa kiinteistösijoittamisen vakaus on jo arvona merkittävä.

² Laukkanen, 2006, 177

³ Seligson, 2009

Oma kiinnostukseni aiheeseen heräsi, kun päädyin vanhan ja huonokuntoisen kauppakiinteistön omistajaksi 2000-luvun alkupuolella. Kiinteistö oli tällöin lähes tyhjillään, ainoastaan kauppaan liittyvä pieni asunto oli vuokrattuna ja asumiskäytössä. Kiinteistö sijaitsee keskeisellä paikalla pienessä kirkonkylässä Itä-Suomessa, Enonkoskella. Enonkoskella on tällä hetkellä noin 1600 asukasta ja tyhjä liiketila pahensi muuttotappioista kärsivän kylän yleisilmettä. Tavoitteena oli löytää tiloihin uusia, innostuneita yrittäjiä, joille tilat remontoitaisiin tarpeen mukaan. Aloittelijan tuurilla ja innostuneisuudella lienee ollut vaikutusta asiaan, kun ensimmäiset kiinnostuneet yrittäjät alkoivat ottaa yhteyttä pelkkien rakennuksen ikkunoihin kiinnitettyjen ilmoitusten perusteella. Tiloja alettiin remontoida pikkuhiljaa kunkin yrittäjän toiveiden ja tarpeiden mukaan. Tällä hetkellä rakennuksessa toimii neljä hyvinvointipalveluja tarjoavaa yrittäjää. Kiinteistön kunnostus- ja laajennusprojektit ovat aiheuttaneet minulle omistajana suurta huolta ja pakottaneet merkittäviin taloudellisiin riskinottoihin, joista on kuitenkin toistaiseksi selvitty kunnialla. Projekti jatkuu edelleen mutta koetut vaikeudet ovat herättäneet kysymyksiä siitä, miten asiat voisi tehdä toisin ja mitä työkaluja sijoittajan työn avuksi voisi kehittää.



Kuva 1: Karttakollaasi

Kannattavuuslaskelmamallit sekä muut liiketalouden luomat keinot auttavat sijoittajaa arvioimaan sijoituksen riskejä, mahdollisuuksia sekä tuottavuutta. Nämä keinot ovat kuitenkin vain omistajalähtöisiä eikä niissä huomioida kiinteistöjen käyttäjien eli sijoittajan asiakkaiden ja heidän asiakkaidensa eli palveluluiden loppukäyttäjien, toiveita ja tarpeita. Kiinteistöjen mahdollisuuksia ja palveluiden kehittämistä arvioitaessa apuna voi toimia palvelumuotoilu. Oma opiskelu- ja ammattitaustani suunnittelijana ja muotoilijana on kannustanut alan lähempään tutkimiseen ja sen mahdollisuuksien kartoittamiseen.

1.2 Tutkimuksen tavoite ja rajaukset

Tämän tutkimuksen tavoitteena on selvittää liikekiinteistösijoittamisen tulevaisuuden mahdollisuuksia suomalaisella maaseudulla ja case-kohdetta apuna käyttäen luoda uusi palvelumuotoilun työkalu yksityisen liikekiinteistösijoittajan tarpeisiin.

Tämän tutkimus on toteutettu muotoilun tutkimusmenetelmiä hyödyntäen. Niiden lähtökohtana ja perustana toimii laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimus. Laadullisessa tutkimuksessa pyritään ymmärtämään tutkittavaa ilmiötä ja käytännössä tämä tarkoittaa usein tilan antamista tutkittavien henkilöiden näkökulmille ja kokemuksille sekä perehtymistä tutkittavaan ilmiöön liittyviin ajatuksiin, tunteisiin ja vaikuttimiin. Lähtökohtana laadullisessa tutkimuksessa on todellisen elämän kuvaaminen. Kvalitatiivinen tutkimus on myös luonteeltaan teoriaa luovaa päinvastoin kuin kvantitatiivinen tutkimus, joka on teoriaa varmistavaa. Aineiston hankinnan menetelmiä ovat muun muassa havainnointi, haastattelut ja erilaisten dokumenttien (esimerkiksi sanomalehtiartikkelit, rakennusluvut, ääninauhat) kerääminen.⁴ Oma suhteeni tutkimukseen on väistämättä subjektiivinen, johtuen omistussuhteestani case-kohteena olevaan liikekiinteistöön maaseudulla. Tiedostan subjektiivisuuteni aiheeseen tutkimuksen jokaisessa vaiheessa ja pyrin hyödyntämään siitä seuraavaa asialle omistautumista tutkimuksen tavoitteen täyttämässä.

⁴ Hirsjärvi-Remes-Sajavaara, 1997, 160–162

Palveluja käsitellään tässä tutkimuksessa yleisellä tasolla, paitsi case-kohde Wanhaa Kauppaa käsittelevässä luvussa, jossa keskitytään tarkemmin yksityisen liikekiinteistösijoittamisen kehittämiseen. Wanha Kauppa on jo olemassa oleva liikekiinteistö, jota on kehitetty vuosien saatossa nykyiseen muotoonsa ilman palvelumuotoilun suunnittelumetodien apua. Lähtökohtana on parantaa Wanhan Kaupan toimintaa ja nykyistä asemaa liikekiinteistömarkkinoilla palvelumuotoilun avulla.

Tutkimuksessa on tehty myös palveluihin ja muotoiluun keskittynyt kirjallisuuskatsaus sekä kerätty tutkimusalueeseen liittyviä Internet-lähteitä. Tutkimuksella on haluttu saada ymmärrys mm. maaseutujen yrittäjyydestä, alueellistamisesta, palvelumuotoilusta ja sen mahdollisuuksista sekä tulevaisuuden näkymistä liikekiinteistöalalla.

Tutkimusmenetelmänä koko opinnäytetyössä ja etenkin palvelutyökalun kehittämisessä liikekiinteistösijoittajan tarpeisiin olen käyttänyt pääasiassa yhtä kvalitatiivisen tutkimuksen alalajia, tapaus- eli case-tutkimusta. Tapaustutkimuksessa olen hyödyntänyt muotoilun tutkimusmenetelmiä, jotka perustuvat erään palvelumuotoilualan edelläkävijän, englantilaisen konsulttitoimisto Engine Groupin ⁵, kehittämiin palvelumuotoilun metodeihin. Tapaustutkimuksen apuna ovat toimineet muun muassa kenttätutkimus, keskusteluanalyysi, osallistuva havainnointi ja dokumenttitutkimus. Tutkimuksen case-kohteena on toiminut omistamani liikekiinteistö Enonkoskella, jota tässä tutkimuksessa kutsutaan nimellä ”Wanha Kauppa”. Tutkimustietoa Wanhasta Kaupasta on hankittu lähinnä tekemällä haastatteluja sekä keräämällä Wanhaan Kauppaan liittyvää kirjallista ja kuvallista materiaalia, kuten rakennuslupapaperit, valokuvia ja kiinteistön kauppakirja. Haastateltavina ovat olleet kaikki neljä Wanhan Kaupan tiloissa toimivaa yrittäjää (Armi Asikainen, Satu Heiskanen, Sari Kutvonen ja Hanna Lappalainen), sekä vanhempani (Pirjo ja Olavi Nyrhinen), jotka ovat tehneet mahdolliseksi kiinteistön omistajuuden ja jotka ovat olleet ja ovat edelleen vahvasti mukana kiinteistön toiminnassa ja kehittämisessä.

⁵ Enginegroup, 2009

2 YKSITYINEN LIIKEKIINTEISTÖSIJOITTAMINEN SYRJÄSEUDUILLA

2.1 Suomalaisen maaseudun tyhjillään olevat kiinteistöt

Kaupunkeihin ja kasvukeskuksiin suuntautuneen muuttoliikkeen myötä pienemmät paikkakunnat ja maaseutu ovat menettäneet asukkaitaan. Asukkaiden ja siten asiakkaiden väheneminen on johtanut siihen, että esimerkiksi 1990-luvulla kyläkaupat vähentyivät lähes viidenneksellä koko maassa⁶.

Negatiivisen muuttoliikkeen hidastamiseksi ja maallemuuton edistämiseksi on valmisteltu ja toteutettu maassamme useita erilaisia hankkeita. Suuri osa hankkeista ja niiden kautta syntyneistä palveluista kannustaa ja tukee maallemuuttoa yksityisten ihmisten näkökulmasta, helpottamalla mm. asunnon tai tontin etsimistä. Tällaisista hankkeista saa tietoa muun muassa internetistä löytyviltä sivustoilta www.maallemuutto.info, jonka on tuottanut maaseutupolitiikan yhteistyöryhmä sekä www.maaseudulleasumaan.fi, jonka on toteuttanut ProAgria Pirkanmaa.



⁶ maallemuutto.info, 2009

Yrityksille suunnattuja, maallemuuttoon tai uuteen yrittäjyyteen maaseudulla kannustavia yritysneuvontapalveluja ja rahoitusta tarjoavat julkisista organisaatioista mm. TE-keskus, Finnvera ja Uusyrityskeskukset. Näiden toimijoiden alaan ja ydinosaamisalueeseen eivät kuitenkaan kuulu toimitilat. Tietoja vapaista toimitiloista on saatavilla vaivattomimmin kiinteistönvälittäjiltä. Kaikki vapaana olevat tilat eivät kuitenkaan päädy välittäjien portfolioihin, joko omistajien saamattomuuden tai välittäjien haluttomuuden takia. Maaseudun tyhjät toimitilat eivät ole halutuinta kauppatavaraa, usein huonon kunnon ja sijainnin takia. Monessa tapauksessa tilat olisi kuitenkin mahdollista muuntaa uusien käyttäjien tarpeita vastaaviksi melko pieninkin kustannuksin, riippuen uusien käyttäjien ja yritysten toimialasta.

2.2 Alueellistaminen

Alueellistaminen on kirjattu hallitusohjelmaan. Tavoitteena on päättää 4000–8000 valtion työpaikan sijoittamisesta pääkaupunkiseudun ulkopuolelle vuoteen 2011 mennessä ja siirtää ne vuoteen 2015 mennessä. Tämän hetken alueellistamisvauhdilla päästäneen haarukan alapäähän. Syyskuun 2009 alkuun mennessä päätöksiä oli tehty noin 4000 työpaikan alueellistamisesta. Pyrkimystä alueellistaa perustellaan työvoiman saannin turvaamisella: alueellistaminen voidaan toteuttaa luontevasti nyt, kun suuret ikäluokat ovat eläköitymässä ja työntekijät vaihtuvat ⁷.

Alueellistamisella tulee mielestäni olemaan monia positiivisia vaikutuksia Suomen kansantalouden kehittymiseen ja ihmisten hyvinvointiin. Hanke on kuitenkin haasteellinen, johtuen etenkin työntekijöiden työn ulkopuolisen elämän alueista ja yleisestä muutosvastarinnasta. Muutos on kuitenkin usein hyvää ja avaa uusia mahdollisuuksia, elämämme eri osa-alueilla. Kiinteistösijoittamisen näkökulmasta alueellistamisen onnistuminen toisi maakuntiin muuttovoittoa ja uutta, elämänmakuista sykettä, joka mahdollistaisi etenkin uusien hyvinvointi- ja palveluyrittäjien työn.

⁷ Vesikallio, 2009 ja Hartio, 2009

2.3 Seututalouden vahvistaminen – kasvun edellytykset ja yrittäjyys alueilla

Muuttuvassa maailmassa selviytyminen ja hyvinvointi edellyttävät vahvaa ja uudistumiskykyistä kansantaloutta. Yksi sen perustekijöistä on vahva yritystoiminta⁸, joka voi mahdollistaa myös maaseudun uuden nousun elin- ja toimintaympäristönä.

EU-Suomessa vastuu ja aloite kuntien sekä seutujen elinkeinojen kehittämisestä on yhä enemmän maakunnilla ja seuduilla, joskus joillakin yhteistoiminta-alueilla⁹. Näin ei kuitenkaan tarvitsisi olla – myös yritykset ja yksityiset toimijat voivat kantaa vastuunsa seutujen elinkeinojen kehittämisestä ja alueiden aktivoinnista.

Alueiden käynnistävä kehittäminen on tietoista vaikuttamista uusien ja toimivien yritysten syntyyn ja kasvuun puuttumatta niiden liiketoiminnan perustekijöihin¹⁰. Näihin voidaan laskea myös toimitilojen tarjonta. Käynnistävä kehittäminen ei tarkoita, että seutu tai kunta ja paikalliset kehittäjät ryhtyisivät itse harjoittamaan liiketoimintaa¹¹, joten kehitystoimissa apuna tarvitaan muita toimijoita. Tilakysymyksissä tukijoukkoina voivat toimia kunta sekä yksityiset kiinteistösijoittajat, joilla on tiloja alueella.

Seudullisessa kehittämisessä yksi tärkeimmistä huomioonotettavista asioista yrityksen perusolemuksessa on niiden ympäristöriippuvuus, jonka merkitystä ei aina tarpeeksi tiedosteta. Yritykset eivät ole ympäristöstään riippumattomia, erillisiä toimintasaarekkeitä. Ne tarvitsevat toimiakseen vaihdantaympäristön, johon kytkeytyä, asiakkaita ja markkinat sekä edellytykset hankkia tarvittavat panokset tuotantoprosessiinsa¹². Nämä seikat on otettava huomioon myös suunniteltaessa tyhjiään olevien liikekiinteistöjen käyttöönottoa ja niiden hyödyntämismahdollisuuksia. Realiteetit on hyväksyttävä ja huomioitava, että kaikilla alueilla ei esimerkiksi hyvin erikoistuneille terveysalan- tai kauneudenhoitopalveluille ole kysyntää mutta toisaalta alueella voi menestyä suunnittelupalveluja tarjoava yritys, jonka liiketoiminta tukeutuu tietoliikenneverkkoihin eikä näin ollen ole riippuvainen yrityksen fyysisestä sijaintipaikasta. Tilanteet voivat myös muuttua hyvinkin nopeasti, jos tiloihin muuttava yritys vetää mukanaan myös muita yrityksiä. Tällöin parhaimmillaan

⁸ Laukkanen, 2006, 9

⁹ ibid. 10

¹⁰ ibid., 19

¹¹ ibid., 20

¹² ibid., 29

yrittäjien toiminta voi tukea toisiaan ja muodostuu palvelukokonaisuus, josta hyötyvät sekä yrittäjät että asiakkaat. Valtaosa Suomen ja muiden kehittyneiden markkinatalouksien yrityksistä kuuluu mikroyrityksiin, jotka ovat yrittäjäsidonnaisia ja – vetoisia ja harjoittavat kapeaa johdannaista liiketoimintaa. Ne ovat henkilökohtaisia palveluja ja työsuorituksia tarjoavia pienyrityksiä sekä kauppaliikkeitä¹³. Erityisesti tämän tyyppisten yritysten tarjoamat palvelut tukevat toisiaan ja ne myös hyötyvät toistensa läheisyydestä. Asiakkaan kynnys palvelun ostamiseen sekä käyttämiseen pienenee ja tarpeet voivat myös luonnollisesti monipuolistua, kun saman alueen yrittäjät on vaivatonta löytää yhteisen katon alta.

Toimivan kansantalouden jatkumisen ehto on paikallisen talouden sisään rakennettu muutoskyky, alueellinen innovatiivisuus. Ydinongelmana on kaiken liiketoiminnan, jokaisen yrityksen ja niille rakentuvan seututalouden pakko uudistua¹⁴. Tässä ongelmassa yksityinen liikekiinteistön omistaja voi olla yrittäjää tukeva tekijä toimitilänäkökulman kannalta. Tilojen mahdollisista uudistamis- ja muutostarpeista on helppo keskustella, koska omistajan ja vuokralaisen välillä ei ole turhaa byrokratiaa ja lakeja hidastamassa prosessia, kuten esimerkiksi kunnan tai muun julkisen tahon toimiessa vuokranantajana. Myös mahdollisista kustannuksista ja niiden jakamisesta voidaan sopia vapaasti.

Lahden Ammattikorkeakoulun liiketalouden yliopettaja, Ritva Kinnusen¹⁵ mukaan uusien ideoiden syntymiseen tarvitaan luovuutta, kykyä ajatella asioita uudesta näkökulmasta, vanhojen totuttujen toimintatapojen kriittistä tarkastelua ja mahdollista hylkäämistä. Mielestäni yksityinen liikekiinteistösijoittaminen vaatii innovatiivisuutta ja rohkeutta toimiakseen ja kehittyäkseen. Ympärillämme on hajallaan olevaa tietoa ja mahdollisuuksia toimia – on vain löydettävä rohkeutta toimia ja ajatella asioita uudesta näkökulmasta. Tyhjillään olevia liikekiinteistöjä on helpompaa pitää menetettyjen aikojen muistomerkkeinä kuin mahdollisuuksina uuteen. Sijoittaminen vaatii yrittäjähenkisyttä ja työtä mutta voi onnistuessaan palkita sekä henkisesti että taloudellisesti.

¹³ Laukkanen, 2006, 30–31

¹⁴ *ibid.*, 51

¹⁵ Kinnunen, 2003, 10

3 PALVELUMUOTOILU

3.1 Palvelumuotoilun määrittelyä

Palvelumuotoilija, TaM Mikko Koiviston mukaan palvelumuotoilu on uusi, vielä melko tuntematon muotoilun osaamisala, jolla tarkoitetaan palvelujen innovointia, kehittämistä ja suunnittelua muotoilun menetelmin¹⁶. Näissä menetelmissä käyttäjä on suunnittelun keskipiste. Palvelumuotoilun tutkimuksessa ei ole vielä päästy täyteen yhteisymmärrykseen siitä, kuinka ala rajataan, miten metodeja sovelletaan tai mitä vaiheita sisällytetään suunnitteluprosessiin. Ala on kehittyvä ja toistaiseksi jokainen sen tutkija ja soveltaja tekee myös osaltaan uraauurtavaa työtä palvelumuotoilun kehittämisessä eteenpäin. Palvelumuotoilu laajentaa muotoilun määritelmän ja toiminta-alueen tuotekeskeisyydestä kokonaisvaltaisten kokemusten, prosessien ja systeemien suunnitteluun¹⁷. Koiviston Taideteollisen Korkeakoulun maisteriopintojen lopputyö ”Mitä on palvelumuotoilu? Muotoilun hyödyntäminen palvelujen suunnittelussa.” vuodelta 2007 toimii tässä opinnäytteessä yhtenä tärkeimmistä palvelumuotoilun lähdeteoksista. Se on toistaiseksi ainoa suomeksi kirjoitettu, laajasti palvelumuotoilua käsittelevä teos.

Palvelumuotoilu syntyi, kun palvelusektorin havaittiin dominoivan taloutta ja kysynnän kohdistuvan yhä suunnitelmallisemmin kehitettyihin palveluihin. Palvelujen käyttökokemukseen ei useimmiten ollut kiinnitetty huomiota, koska palveluja olivat suunnitelleet lähinnä insinöörit sekä markkinoinnin ja kaupan alan ammattilaiset.¹⁸

Palvelumuotoilua on tutkittu ja opetettu 1990-luvun alkupuoliskolta saakka ja 1995 Saksassa aloitti työnsä Euroopan ensimmäinen palvelumuotoilun professori, Birgit Mager (Köln International School of Design). Hän on ollut ja on edelleen monella tapaa alan edelläkävijä, joka opettaa sekä luennoi aiheesta aktiivisesti ympäri maailmaa.¹⁹ Tutkimus on kuitenkin ollut toistaiseksi kokonaisuutena hajanaista ja palvelumuotoilun teoria on tästä syystä vielä kehittymätöntä eikä alaa käsittelevää kirjallisuutta ole juuri saatavilla.²⁰

¹⁸ Koivisto, 2007, 10

¹⁹ *ibid.*, 64

²⁰ *ibid.*, 9

²¹ Emergence 2007

²² Koivisto, 2007, 10

Palvelumuotoilun hyödyt on kuitenkin jo etenkin liike-elämässä tiedostettu ja Suomesta sekä maailmalta löytyy useita palvelumuotoilua suunnittelevia yrityksiä kuten kotimaiset Palmu Inc., Yatta sekä Idean. Palvelumuotoilijat ovat myös perustaneet oman tutkijayhteisön sekä niihin liittyviä Internet-foorumeja²¹, jotka osaltaan edistävät alan yhtenäistämistä ja terminologiaa. Lisäksi alan koulutus on lisääntymässä Suomessa, kun Laurea Ammattikorkeakoulu Espoossa aloittaa syksyllä 2009 palvelumuotoilijoiden koulutuksen omassa ”Degree Programme in Service Innovation and Design” – koulutusohjelmassaan²².

3.2 Palveluyritykset ja palveluiden suunnittelu

1970-lukua voi pitää palvelutalouden kehittymisen alkuvuosikymmenenä, sekä palvelutuotannon osuuden kasvulla että sen tutkimuksen ja markkinoinnin näkökulmasta katsottuna ²³.

Palvelualojen kasvun syyt johtuvat monesta eri tekijästä. Näitä ovat mm. elintason kohoaminen, vapaa-ajan lisääntyminen, teollisuuden palveluistuminen, liike-elämän palvelujen tarjonnan lisääntyminen, odotettavissa olevan eliniän kasvu, kasvava huoli ekologiasta ja resurssien niukkuudesta, teknologian hyödyntäminen palvelujen tuotannossa ja palvelukaupan vapautuminen ²⁴.

Suurin osa palveluihin kohdistuvasta kulutuksesta liittyy arjen pakollisiin menoihin, kuten terveysterveystalveluihin, puhelin- ja vakuutusmaksuihin sekä työpaikkaruokailuun. Elintason kohoaminen on muuttanut kulutustottumuksia kohti vapaavalintaisten palvelujen kysyntää: vapaavalintainen kulutus kohdistuu matkailuun, liikenteeseen, ravintolassa syömiseen sekä hyvinvointi- ja virkistyspalveluihin. Tämä ilmiö on selitettävissä tarveteoreettisesti – perustarpeiden tyydyttyessä nousevat tärkeimmiksi emotionaaliset ja mielihyvää tuottavat tarpeet sekä itsensä kehittämisen ja toteuttamisen tarpeet. ²⁵ Mielestäni näihin tarpeisiin voivat vastata etenkin ne hyvinvointipalveluja tuottavat yrittäjät, joiden toimitiloiksi nyt tyhjillään olevat kiinteistöt sopivat. Vapaita toimitiloja melko vaatimattomin muutoksin ja korjauskustannuksin voisi tarjota esimerkiksi maaseutujen matkailu- ja hyvinvointipalveluja tuottaville yrittäjille kuten kampaajille ja hierojille. Suurempia taloudellisia panostuksia vaatii taas tyhjien

²¹ Palvelumuotoilu, 2009 ja Service Design Network, 2009

²² Laurea AMK, 2009

²³ Koivisto, 2007, 9 ja Kinnunen, 2003, 5

²⁴ Grönroos, 1998, 34 ja Koivisto, 2007, 16

²⁵ Koivisto, 2007, 16

tilojen muokkaaminen ensisijaisesti tarvitsemiemme palvelujen tuottamiseen sopiviksi, esimerkkinä vanhusten hoitokodit ja terveyspalvelut. Toisaalta näiden palvelujen kysyntä ja tarjonta tulee väestön ikääntyessä kasvamaan, jolloin kiinteistön omistajalta vaadittava taloudellinen alkupanostus on mahdollista saada kuoletettua kohtuullisessa ajassa, melko pienin riskein.

Asiakkaan kokemus ja odotukset palvelusta vaihtelevat – hänelle palvelun ostaminen ja käyttäminen voi olla ainutlaatuinen ikimuistettava tapahtuma, täysin rutiininomainen jokapäiväinen välttämätön toimenpide tai jopa huomaamaton tapahtuma arjen keskellä. Palveluita suunniteltaessa on tärkeää muistaa, ettei asiakas niinkään mieti tuottajan suorittamia prosesseja ja toimenpiteitä palvelua kuluttaessaan vaan keskittyy omiin tavoitteisiinsa. Käyttäjän kannalta merkittävän osan palvelusta muodostaa se, miten helppoa ja miellyttävää omien tarkoitusperien toteuttaminen on. Hyöty on yleensä sitä suurempi, mitä pienemmin uhrauksin asiakas palvelunsa saa ²⁶. Yksi palvelujen sujuvuutta ja haluttavuutta lisäävä tekijä on mielestäni niiden helppo saatavuus. Asiakkaan lähellä sijaitseva palvelu toteuttaa jo yhdeltä osalta asiakkaan tarpeen palvelun helppoudesta ja madaltaa kynnystä sen ostamiseen. Pienillä paikkakunnilla sijaitsevat palvelut aktivoivat alueen ihmisiä ja voivat muodostua merkittäviksi kokoontumispaikoiksi. Tällöin myös palveluiden käytön kynnys pienenee ja palvelun kuluttamisesta tulee hyväksytympää.

3.3 Palvelumuotoilu ja sen rakennuspalikat

Koiviston mukaan palvelumuotoilussa suunnitellaan asiakkaan palvelukokemus (engl. Service Experience) ja tämän kokemuksen rakennuspalikoina toimivat palvelun kontaktipisteet (engl. Service Touchpoints), palvelutuokiot (engl. Service Moments) ja palvelupolku (engl. Service String, Customer Journey). ²⁷ Nämä käsitteet ovat vakiintuneet palvelumuotoilun perussanastoksi ja määrittely on tapahtunut usean eri palvelumuotoilutahon toimesta.

²⁶ Kinnunen, 2003, 7

²⁷ Koivisto, 2007, 66

Kenenkään palvelukokemusta ei sinänsä voi suunnitella ja määrittää etukäteen, koska kokemuksiin sisältyy henkilökohtaisia merkityksiä, arvoja ja odotuksia. Palvelukokemuksen suunnittelulla tarkoitetaan sitä, että halutaan luoda oikeanlainen ympäristö ja työkalut tapahtumille ja toiminnoilla, jotta kokemusta voidaan ohjata tavoiteltuun suuntaan ²⁸.

Palvelun kontaktipisteet

Koiviston mukaan muotoilu on perinteisesti keskittynyt yksittäisen tuotteen ja käyttäjän väliseen suhteeseen. Palvelumuotoilussa huomio suuntautuu kontaktipisteisiin (engl. Touchpoints), joiden kautta palvelu koetaan, aistitaan ja nähdään ²⁹. Vuorovaikutussuunnittelija (eng. Interaction Designer) Dan Saffer jakaa kontaktipisteet neljään luokkaan: tilat, esineet, prosessit ja ihmiset. ³⁰

Tiloissa tapahtuu palvelun asiakkaalle näkyvä tuotanto ja ne voivat olla joko fyysisiä (kuten liikehuoneistot) tai virtuaalisia (kuten internet). Tilat viestivät tekemisen mahdollisuuksista ja ohjaavat ihmisten käyttäytymistä. Tiloissa olisi kiinnitettävä erityistä huomiota palvelun kontaktipisteisiin, jotka ovat ihmisen aistein havaittavissa, kuten äänet ja valaistus. ³¹

Esineet sijoittuvat tiloihin sekä ympäristöön ja niiden tarkoitus on synnyttää vuorovaikutusta palveluntarjoajan ja asiakkaan välillä (kuten itsepalveluautomaatit, hinnastot, tuote-esitteet). Palvelumuotoilussa ne voivat olla myös esineitä, joita vain henkilökunta käyttää palvelun tuotannossa. Mutta tässäkin tapauksessa ne ovat asiakkaalle näkyviä ja vaikuttavat palvelukokemukseen. ³¹

Palvelun tuotantotavan määrittävät prosessit ja ne voidaan eritellä hyvinkin pieniä yksityiskohtia myöten. Esimerkkinä tapa, jolla asiakasta tervehditään. Näitä prosesseja voidaan tarvittaessa kehittää ja muokata välittömästi tarpeen tullen. ³¹

Ihmisiä tarvitaan palvelun tuottamiseen ja palvelumuotoilussa heidät jaetaan kahteen eri ryhmään: asiakkaisiin ja asiakaspalvelijoihin. Palvelu muotoutuu näiden toimijoiden välisestä monimutkaisesta vuorovaikutuksesta. ³¹

²⁸ Palvelumuotoilu.fi, 2009

²⁹ Koivisto, 2007, 66

³⁰ Saffer, 2007

³¹ Koivisto, 2007, 66

Palvelutuokiot

Jokainen palvelu muodostuu Koiviston mukaan jaksosta, episodista tai joukosta osapalveluja ja ne muodostavat yhdessä asiakkaalle arvoa tuottavan palvelukokonaisuuden. Yksittäistä episodista kutsutaan palvelutuokioksi, joka taas osaltaan muodostuu useista kontaktipisteistä. Näiden kontaktipisteiden avulla palvelusta pyritään muotoilemaan juuri halutunlainen ja asiakkaan tarpeita vastaava.³² Esimerkkinä hyvinvointipalveluja tarjoavan hierojan palvelutuokio (Koiviston mallista mukaillen Laura Saarela, 2009), jossa

- asiakas etsii hierojan
- asiakas varaa hierojalta vastaanottoajan
- asiakas saapuu hierojan vastaanotolle
- asiakas valitsee palvelun sisällön (esimerkiksi niska-hartiahieronta)
- asiakas riisuuntuu
- asiakas siirtyy hierontapaikalle
- asiakas hierotaan
- asiakkaalle tarjotaan juotavaa
- asiakas pukeutuu
- asiakas maksaa palvelun
- asiakas poistuu hierojan vastaanotolta

Palvelutuokiota suunniteltaessa on paneuduttava siihen, mitkä palvelun kontaktipisteet ovat asiakkaan kannalta tärkeimpiä ja mitkä tuottavat asiakkaalle runsaasti arvoa vähin kustannuksin.³²

palvelu

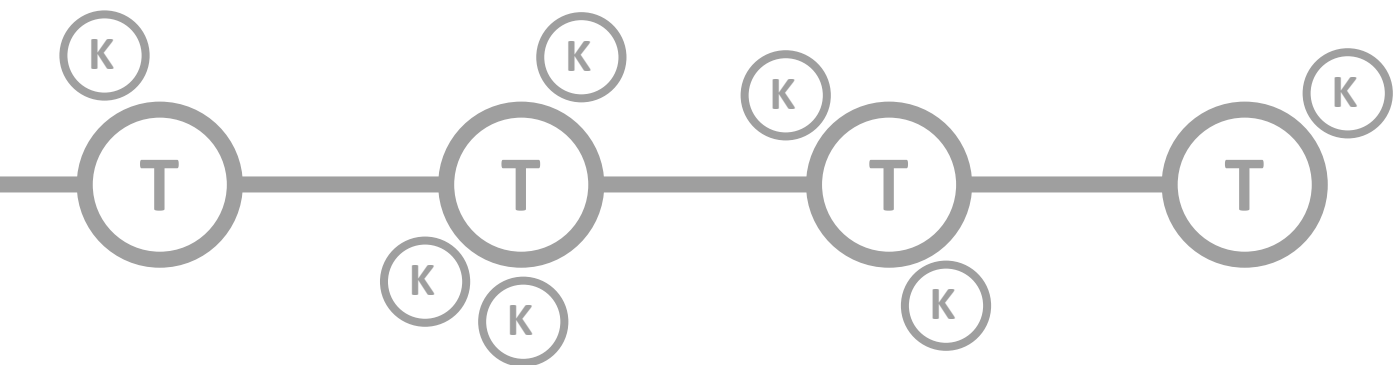


³² Koivisto, 2007, 67

Palvelupolku

Palvelu on Koiviston mukaan prosessi, joka rakentuu useista toisiaan seuraavista palvelutuokioista. Palvelutuokiot ja niihin sidotut kontaktipisteet asiakas kokee ajassa palvelupolkuna, johon vaikuttavat sekä suunniteltu palvelun tuotantoprosessi että asiakkaan omat valinnat. Jokainen asiakas on yksilö, joka kulkee tämän prosessin läpi muodostaen oman yksilöllisen reittinsä. Reitti on mahdollista yksilöidä, koska asiat voi usein tehdä eri tavoin tai koska palveluntarjoaja pystyy tarjoamaan useita vaihtoehtoisia tapoja palveluprosessin läpi kulkemiseen.³² Mielestäni palvelupolun onnistumisen kannalta kriittisimpiä hetkiä ovat palvelutuokioiden onnistuminen ja niiden luonteva jatkumo. Jos palvelutuokioissa tapahtuu jotakin poikkeuksellista, voi koko palvelupolun onnistuminen olla vaakalaudalla.

Käytännön esimerkkiin palvelupolkumallista voi tutustua internetissä, osoitteessa www.palvelupolkumalli.fi. Sivustolta löytyy neuvoja perheille, joiden lapsi on vammautunut tapaturman tai äkillisen sairauden seurauksena. Perheiden tukiyhdistys TATU ry:n kokoamalle sivustolle on koottu tietoa palveluista ja tukimuodoista, joita perhe ja liikennevahingon, potilasvahingon tai muun tapaturman seurauksena vammautunut lapsi voivat saada.³³



³² Koivisto, 2007, 67

³³ Kela, 2009

3.4 Palvelumuotoilu ja brändäys – sama asia?

Palvelumuotoilua voisi Koiviston mukaan verrata brändäämiseen ja onkin sanottu, että palvelumuotoilun yksi keskeisistä ajatuksista on luoda kokonaisvaltaisia ja yhtenäisiä brändikokemuksia (engl. Total Brand Experience).³⁴ Palvelumuotoilussa ja perinteisessä brändäämisessä on kuitenkin selkeä näkökulmaero. Brändäyksellä on haluttu iskostaa tuotemerkki asiakkaiden mieleen, jolloin näkökulma asiakkaaseen on ollut vahvasti organisaatiolähtöinen. Palvelumuotoilussa lähtökohta on käyttäjän eli asiakkaan näkökulma, jossa hänelle pyritään luomaan positiivinen brändikokemus ja vahvistamaan näin brändiä markkinoilla. Brändäys ei myöskään ole perinteisesti ulottunut palvelun prosessiin asti mutta palvelumuotoilussa pyritään brändäämään palvelu myös sen prosessien osalta.³⁴ Palvelukokemuksen suunnittelulla voidaan mielestäni vaikuttaa brändikokemuksen positiivisuuteen luomalla kokonaisuus, jonka jokainen osa-alue on mietitty brändin tavoitteita tukevaksi. Palvelun kontaktipisteet, joista esimerkkinä tilat, voidaan suunnitella vahvistamaan esimerkiksi kuntosalirytyksen hyvinvointia ja urheilullisuutta henkivää brändiä. Palvelutuokioissa kuntosalille tuleva asiakas huomioidaan jo vastaanottotiskillä reippaalla otteella, brändiä tukevalla tavalla. Kokonaisuutena palvelutuokioista koostuva palvelupolku suunnitellaan tukemaan kuntoiluyrityksen elinvoimaista ja kehonhuollon tärkeyttä henkivää yritysilmettä.

BRÄNDI⁺

³⁴ Koivisto, 2007, 68

3.5 Palvelumuotoilun suunnittelun tavoitteet

Koiviston mukaan palvelumuotoilun tavoitteena on kehittää palveluja, jotka ovat hyödyllisiä, käytettäviä, johdonmukaisia ja haluttavia (asiakkaan näkökulma) sekä tuloksellisia, tehokkaita ja erottuvia (palveluntuottajan näkökulma). Palvelumuotoilulla pyritään vaikuttamaan etenkin asiakkaan tuntemaan palvelun käyttökokemukseen ja edistää käyttämistä omistamisen sijaan. Palvelujen käyttö on ekologisesti kestävämpää kuin tavaroiden omistaminen. Palvelumuotoilun pohjalta löytyy siis myös ajatus ekologisuudesta ja kestävästä kehityksestä.³⁵ Toisaalta ei voida kuitenkaan unohtaa, että myös palvelujen kehittäminen ja käyttäminen kuluttavat luonnonvaroja ja ympäristöä, esimerkkinä turismi. Mielestäni liikekiinteistösijoittamisen kehittämisessä ekologisuus ja kestävä kehitys on haluttaessa helppo ottaa huomioon. Vanhojen tilojen peruskorjaus ja ajanmukaistaminen vähentää monessa tapauksessa muun muassa rakennuksen lämmityskustannuksia sekä sähkönkulutusta, kun vanhat järjestelmät vaihdetaan paremmin toimiviin, kestävämpiin ja ekologisempiin vaihtoehtoihin (esimerkkinä öljylämmityksen vaihtaminen kaukolämpöön). Ennen korjauspäätöksiä ja remontteja on tärkeää selvittää tulevien muutosten vaikutukset rakennuksen tulevaan käyttöön ja arvioida, millä toimenpiteillä muutokset voidaan toteuttaa ekologisesti kestävimmin.

Konkreettisena käytännön esimerkkinä palvelumuotoilun ekologisuudesta suhteessa perinteiseen esinemuotoiluun näen CityCarClubin autojen yhteiskäyttöpalvelun. Perinteisen auton omistajuuden sijaan CityCarClubin jäsenyyden lunastanut asiakas voi varata auton käyttöönsä tarpeen mukaan. Clubilla on toistasataa paikkaa pääkaupunkiseudulla, joista autot ovat noudettavissa ja joihin ne ovat palautettavissa 24 tuntia vuorokaudessa, vuoden jokaisena päivänä. Varaaminen voidaan tehdä sekä internetissä tai puhelimesta ja auton käyttöönotto tapahtuu omalla matkapuhelimella auton noutopaikalta. Autojen yhteiskäyttö vähentää merkittävästi luonnon kuormitusta. Tutkimusten mukaan omalla autolla ajo vähenee noin puoleen liityttäessä palvelun käyttäjäksi, koska clubilaiset käyttävät enemmän muita liikkumisen vaihtoehtoja, kuten yleisiä kulkuneuvoja. Jokainen tässä toiminna käytetty auto korvaa noin kahdeksan yksityiskäytössä olevaa autoa. Tällä tavoin palvelun käyttö vähentää saasteita, energian kulutusta, melua ja liikenneonnettomuuksia. City Car Club'ille on myönnetty vuoden 2003 Uudenmaan ympäristöpalkinto.³⁶

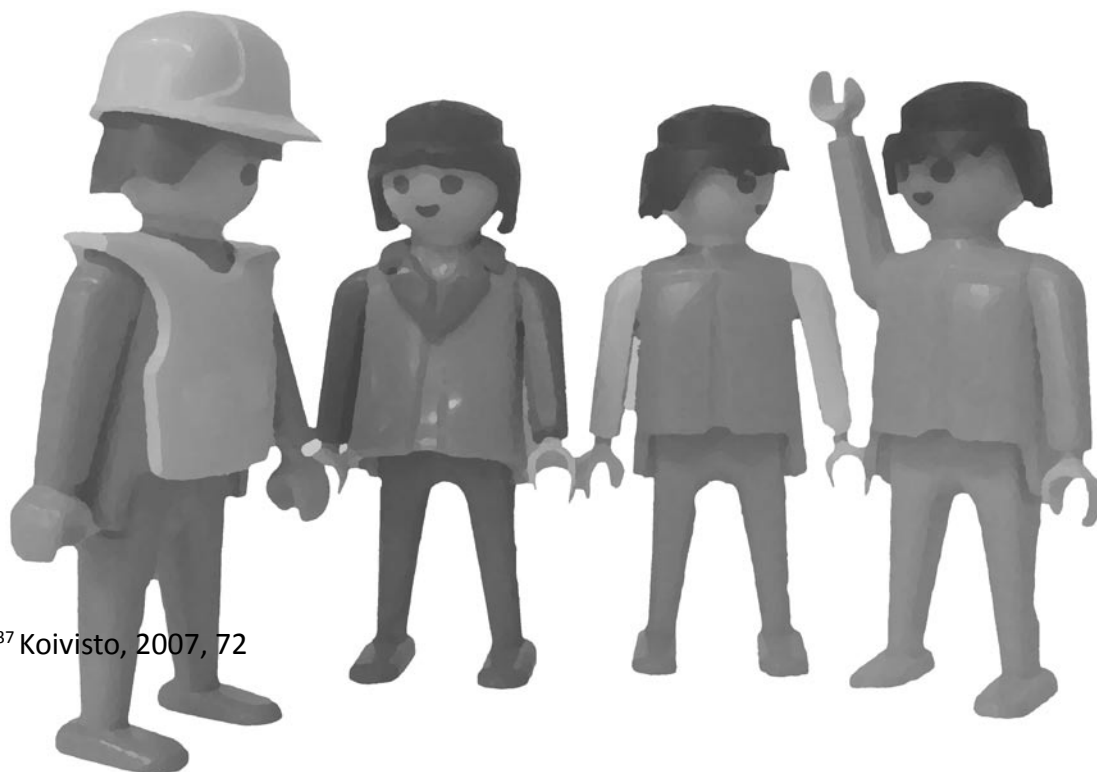
³⁵ Koivisto, 2007, 69–70

³⁶ CityCarClub.net, 2009

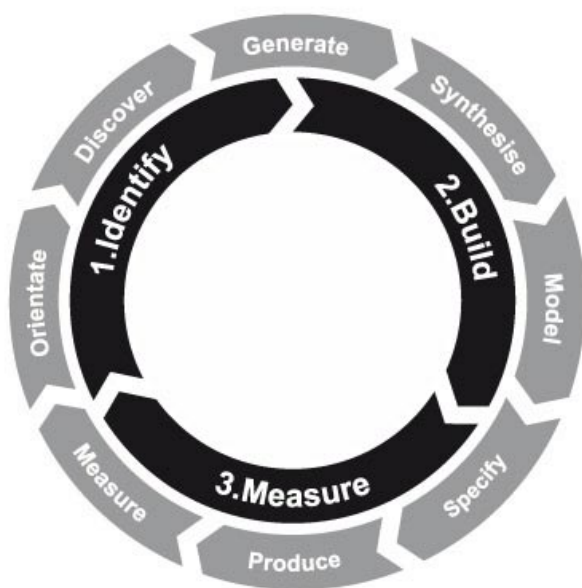
3.6 Palvelumuotoilun suunnitteluprosessi ja työskentelytavat palvelumuotoilutoimisto Engine Groupin mukaan

Koska palvelumuotoilun maailma on vielä jäsentymätön ja sen teoriaa ja metodeja ei ole vielä yhtenäistetty, jokainen alalla toimija on kehittänyt itselleen hyödyllisimmät menetelmät ja työskentelymallit. Tärkeiksi asioiksi eri kehittäjien malleissa ovat nousseet etenkin käyttäjälähtöisyys ja iteratiivisuus. Iteratiivisuudella tarkoitetaan sitä, että vaikka suunnitteluprosessi esitetään lineaarisena mallina, käydään prosessin aikana useita päällekkäisiä vaiheita ja prosessin aikaisempiin vaiheisiin voidaan aina palata. Käyttäjälähtöisyydellä tarkoitetaan taas puolestaan sitä, että asiakasymmärrys on tärkeä lähtökohta suunnittelulle ja ideoinnille. Asiakkaan tietoiset ja latentit toiveet sekä tarpeet on tunnettava, kuten myös palveluympäristö. Lisäksi palvelutarjoajan oma alue – liiketoiminta, markkina-alue ja teknologialähtökohdat on hahmotettava.³⁷

Alan edelläkävijöitä on Engine Group, joka on tällä hetkellä yksi maailman johtavista palvelumuotoilun ja innovoinnin konsulttitoimistoista. Yritys on perustettu 2000 ja se sijaitsee Lontoossa, Iso-Britanniassa. Yritys on kehittänyt käyttöönsä suuren määrän palvelumuotoilun ja innovoinnin metodeja. Tässä tutkimuksessa olen poiminut heidän käyttämistään metodeista mielestäni liikekiinteistösijoittamisen käyttöön soveltuvimmat ja suomentanut englanninkieliset termit sekä niiden selitykset.



³⁷ Koivisto, 2007, 72



Kuva 2:
Muotoiluprosessin päävaiheet, 2009
(Enginegroup)

Engine Groupin käyttämä muotoiluprosessi kulkee kolmen päävaiheen läpi: **havaitse** (engl. identify), **rakenna** (engl. build) ja **mittaa** (engl. measure). Muotoiluprosessissa päävaiheet jakautuvat vielä tarkempiin osa-alueisiin. Ensimmäinen vaihe, havainnointi, jakautuu kahteen osaan: orientoitumiseen (engl. orientate) ja selvitykseen (engl. discover). Orientoitumisessa tutustutaan projektin kohteena olevaan yritykseen, heidän käyttämäänsä liiketoimintamalliin ja markkinaan, jolla yritys toimii. Selvitysosiossa Engine käyttää erilaisia tekniikoita ymmärtääkseen yrityksen palveluiden tarjoajia sekä niiden loppukäyttäjiä. Näiden kahden vaiheen tarkoituksena on selvittää palvelumuotoilijoille, miltä onnistunut lopputulos tulee näyttämään sekä listata avainkysymykset ja haasteet, joita projektin kuluessa tullaan kohtaamaan.

Toinen vaihe, rakentaminen (engl. build), alkaa systemaattisella, uutta luovalla vaiheella (engl. generate). Siinä käsitteellistetään ja visualisoidaan tulevia palveluja, usein muotoilutyöpajoissa yhdessä asiakasyrityksen ja heidän asiakkaidensa kanssa.

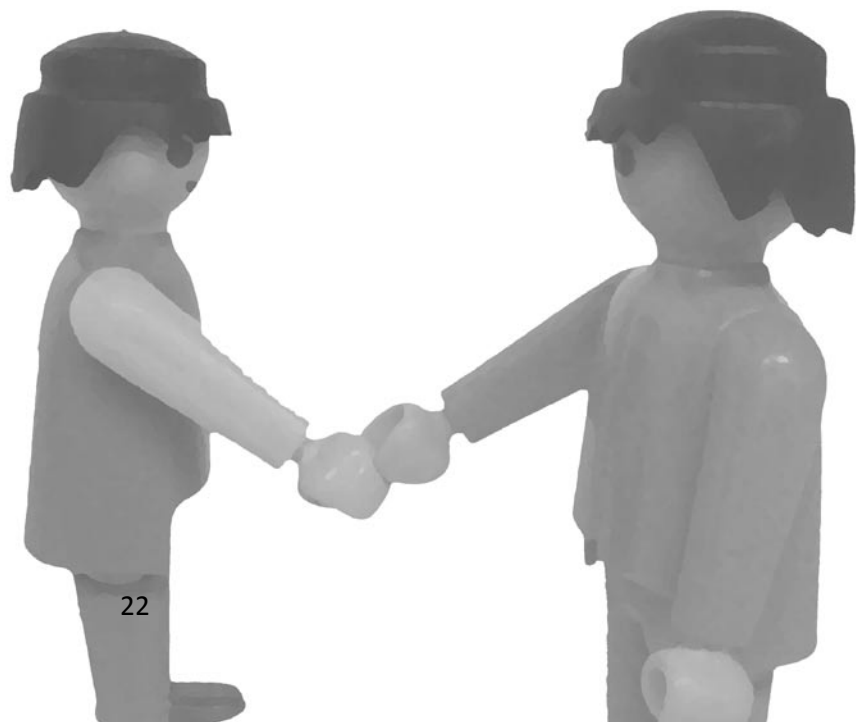
Seuraavana vaiheena on palvelumallin kehittäminen ja sen testaaminen (engl. synthesise & model). Tämä vaihe on Enginellä hyvin luova sekä visuaalinen ja siinä voidaan tuoda esiin uusia ehdotuksia ja strategioita, koska suunnittelijoina toimivat muotoilijat, eivät hallinnon konsultit.

Ideota ja ehdotuksia jalostetaan ja arvioidaan useaan kertaan eri menetelmin, riippuen asiakkaasta ja sen palvelusektorista. Ideat jalostuvat ja niiden todellista käyttökykyä arvioidaan ja testataan mahdollisimman pitkälle. Palveluita yksilöidään usein hyvin yksityiskohtaisesti (engl. specify), jolloin työkaluina käytetään muun muassa skenaariokarttoja (engl. scenarios maps), malleja (engl. mock-ups) ja tarinatauluja (engl. story-boards).

Kolmantena päävaiheena suunnitteluprosessissa on mittaaminen (eläytyen) (engl. measure with empathy), jolla tarkoitetaan palvelun tehokkuuden ja hyötysuhteen, sekä sen haluttavuuden, käyttökelpoisuuden ja käytettävyyden mittaamista. Tämä on palvelumuotoilun prosessissa kriittinen ja tärkeä vaihe, jossa saadaan tarvittavaa palautetta, jolla tuetaan meneillään olevaa palvelun kehitystä. Tämä vaihe sitoo projektin alun sen loppuun. Eläytyen mittaaminen voidaan toteuttaa esimerkiksi rakentamalla palvelusta kevyt prototyyppi (koetilanne), jonka avulla haluttuja määreitä mitataan ja arvioidaan.

Työskentely kohti valmista palvelutuotetta käsittää sisäänsä palvelun kontaktipisteiden (engl. touchpoints) suunnittelua ja kehittämistä. Yrityksen tulevaisuus riippuu siitä hetkestä, kun asiakas ja henkilökunta ovat vastatusten. Tätä hetkeä kutsutaan totuuden hetkeksi³⁸ Palvelun tuottamista (engl. produce) ovat muun muassa palveluun liittyvien web-sivujen suunnittelu, fyysisen palveluympäristön suunnittelu ja palvelutuotteiden suunnittelu. Osa prosessia on myös yrityksen henkilökunnan koulutus ja valmennus palvelutapahtumaa varten. Henkilökunnan ja asiakkaan kohtaaminen palvelutilanteessa määrittää palvelun onnistumisen, kaikki on kiinni tästä hetkestä, totuuden hetkestä.

³⁸ Grönroos, 1998, 15



3.7 Palvelumuotoilun metodien soveltaminen liikekiinteistösijoittamiseen

Engine Group käyttää työssään runsasta valikoimaa palvelumuotoilun metodeja. Kaikkia ei käytetä kerralla, vaan oikeat metodit valitaan projektin luonteen ja asiakkaan mukaan, usein räätälöityinä ratkaisuin. Olen poiminut Engine Groupin käyttämistä metodeista muutamia, jotka ovat mielestäni toimivia liikekiinteistösijoittamiseen liittyvissä palvelumuotoiluprojekteissa. Lähtökohtana on tilanne, jossa tyhjiällä olevan kiinteistön tulevaisuuden suunnittelu aloitetaan ja kiinteistön mahdollisuuksia kartoitetaan. Tavoitteena on kehittää palvelutyökalu tämän prosessin avuksi.

Prosessin ensimmäisessä vaiheessa, havainnoinnissa, apuna voidaan käyttää seuraavaa metodia:

Osallistuminen (engl. path to participation) on metodi, jonka avulla voidaan visualisoida palvelu toiminnallisesta tai kuluttajan käyttäytymisen näkökulmasta. Tätä metodia käytetään projektin alkupäässä helpottamaan olemassa olevien palvelujen ymmärtämistä ja huomioimaan kaikki palvelutapahtuman kontaktipisteet.



Path to Participation = osallistuminen

awareness = tietoisuus

understand = ymmärrys

try = yritys, teko

try again = yritys uudelleen

advocate = aatteen eteenpäin ajaminen

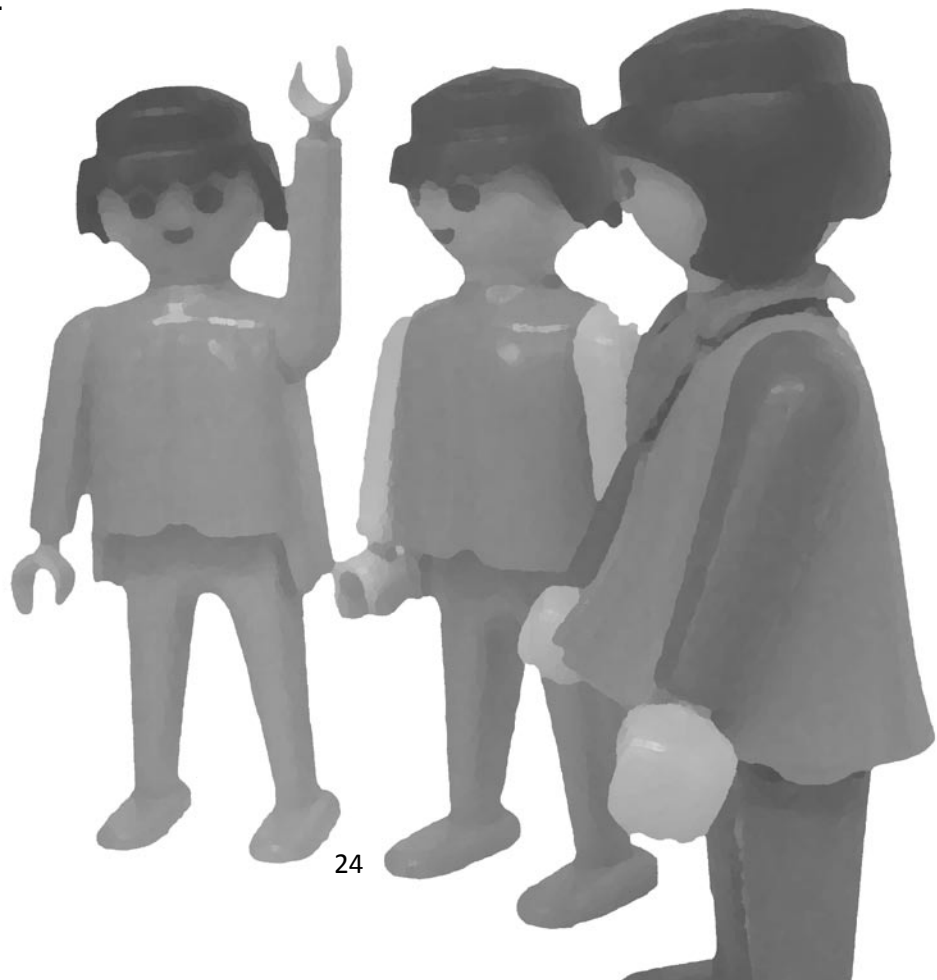
Kuva 3: Path to Participation, 2009
(Enginegroup)

Metodin avulla voidaan selvittää, mikä kiinteistön ja sen ympäristön nykytilanne on – millaiset yritykset kiinteistössä voivat toimia ja mitä mahdollisuuksia kiinteistön ympäristö yrityksille tarjoaa.

Prosessin toisessa vaiheessa, rakentamisessa, projektia voidaan jatkaa muun muassa seuraavalla metodilla:

Jaettu skenaario-aivoriihi (engl. Distributed Scenario Brainstorm, DSB) on metodi, joka on suunniteltu palvelumuotoilun luovien mahdollisuuksien kehittämisen avuksi. Tämä metodi on hyödyllinen etenkin sellaisten palvelujen kehittämisessä, jotka ovat sidonnaisia paikkaan, esimerkkeinä lomapaketit. DSB-istuntoon valitaan joukko osallistujia eri sektoreilta: palvelumuotoilijoita, loppukäyttäjiä sekä asiakkaita (yrittäjiä). Osallistujat käyttävät apunaan korttivalikoimaa, joissa kuvaillaan erilaisia persoonia ja palvelutuokioita. Näiden persoonien ja palvelutuokioiden sattumanvaraisista yhdistelmistä osallistujat innostetaan kehittämään suuria määriä uusia ideoita. Tyypillinen skenaarioajattelu-sessio pitää sisällään useita eri mini-skenaarioita liittyen persooniin ja palvelutuokioihin. Kun osallistujat ovat päätyneet noin 10–15 eri ideaan, he valitsevat uuden korttivalikoiman ja aloittavat uuden keskustelun. Tämä ylläpitää luovaa liikettä ajatuksen ja palvelun ympärillä. Metodin käytön lopputuloksena on suuri määrä ideoita palveluihin liittyen.

Kiinteistösijoittamisessa metodia voidaan hyödyntää, kun pohditaan eri yritysten palvelujen kehittämismahdollisuuksia ja yhteistyömahdollisuuksia sijoittajan sekä yrittäjien välillä.



Prosessin kolmannessa vaiheessa, mittaamisessa, kehitettyjen palvelujen eri määreitä voidaan selvittää seuraavan metodin avulla:

Palvelun prototyypin kehittäminen (engl. Service Prototyping), jossa palvelusta kehitetään ja valmistetaan kevyt prototyyppi. Prototyypin avulla voidaan selvittää palvelun tehokkuutta ja hyötysuhdetta sekä mitata sen haluttavuutta, käyttökelpoisuutta ja käytettävyyttä.

Kiinteistösijoittamisen palvelutyökalun kehittämisessä metodia voi hyödyntää esimerkiksi Internet-palvelimen rakenteen ja käyttöliittymän suunnittelussa. Kevyt prototyyppi voidaan rakentaa kuva- ja tekstiehdotuksin paperille luonnostellen. Näin prototyyppi on helposti muokattavissa ja palvelimen rakenne vaivattomasti hahmotettavissa.

4 CASE: WANHA KAUPPA

Tämän opinnäytetyön case-tutkimuskohteena on työnimellä Wanha Kauppa kulkeva liikekiinteistö, jonka historiaa, toiminnan syntymistä ja tämän päivän tilannetta seuraavaksi avaan. Esittelen Wanhan Kaupan yrittäjät ja heidän ajatuksensa kiinteistöön liittyen. Selvitän yrittäjille suunnattujen palvelujen kehittämisen prosessin ja tavoitteen, esittelen tiedon keruun, analysoinnin sekä niistä johdetut kiinteistön kehittämiskohteet. Case-tutkimuksen lopputuloksena ideoin ja luonnostelen palvelumuotoilun metodeja hyödyntäen palvelutyökalun kiinteistösijoittajan tarpeisiin. Palvelutyökalun tulee erityisesti avustaa omistajaa yhteistyössä liikelilojen käyttäjien eli yrittäjien kanssa. Työkalu voi parhaassa tapauksessa toimia omistajan apuna jo siinä vaiheessa, kun tilojen tulevaa käyttöä vasta suunnitellaan.

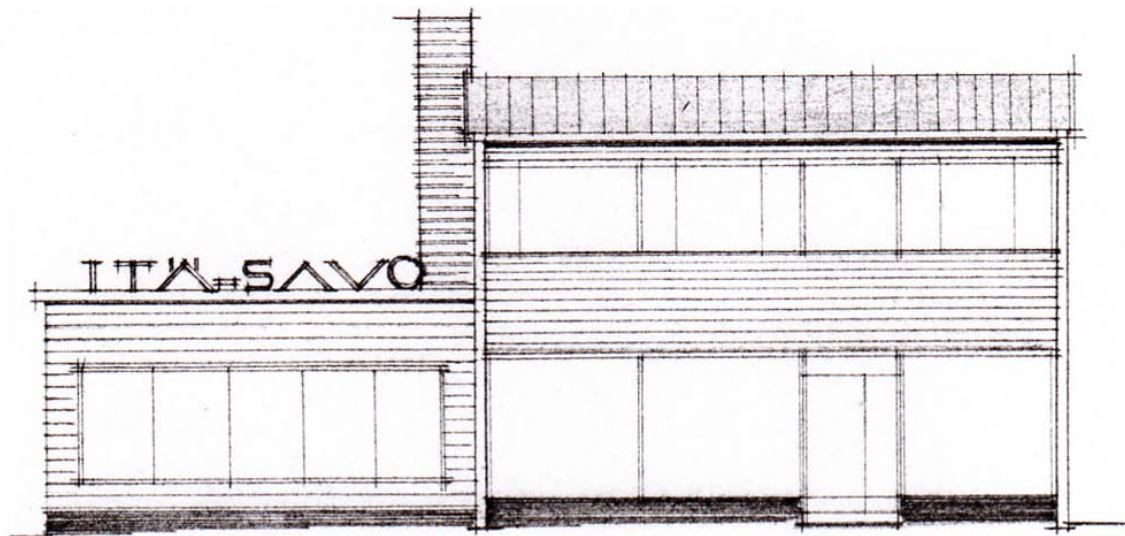


4.1 Wanhan Kaupan historia

Wanhan Kaupan ensimmäinen osa on rakennettu vuonna 1959 myymälä- ja asuinrakennukseksi Itä-Savon Osuusliikkeen (nykyisin Suomen Lähikauppa Oy, entinen Tradeka Oy) Enonkosken kirkonkylän toimipisteeksi. Kiinteistössä oli kolme kerrosta. Alhaalla oli kellari, jossa sijaitsivat kaupan varastotilat sekä asuinhuoneistoihin liittyvät sauna- ja pesutilat. Keskikerroksessa eli 1.kerroksessa olivat kaupan tilat ja toisessa kerroksessa kaksi pientä asuntoa (yhteensä noin 70m²).

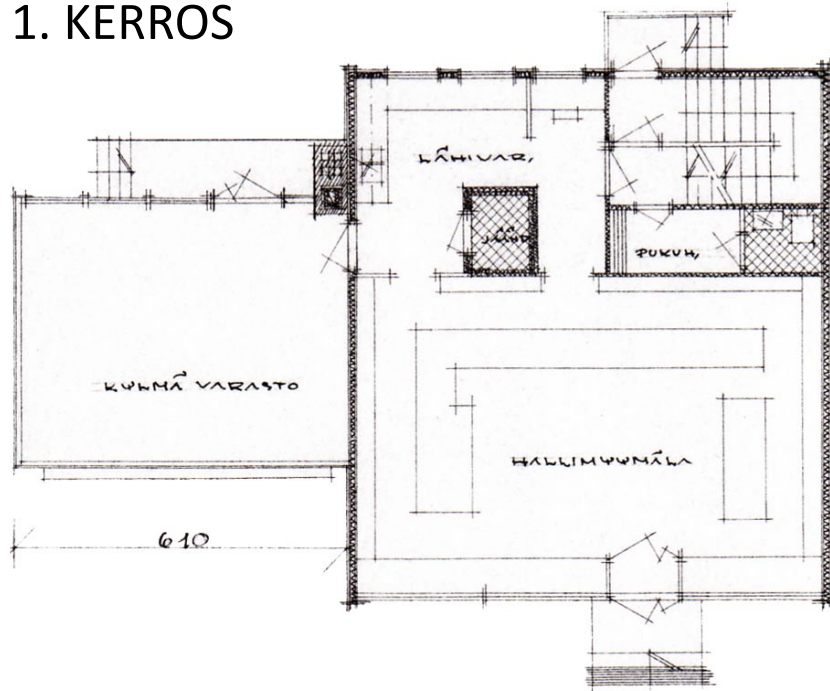
Rakennusta laajennettiin 1970-luvulla matalalla siivellä, jolloin kaupan käytössä olevan myymälätilan pinta-ala kasvoi merkittävästi.

Kaupan toiminta loppui 2000-luvun vaihteessa, jonka jälkeen kaupan tilat jäivät tyhjilleen ja ainoastaan rakennuksen asuinhuoneisto jäi vuokrakäyttöön.

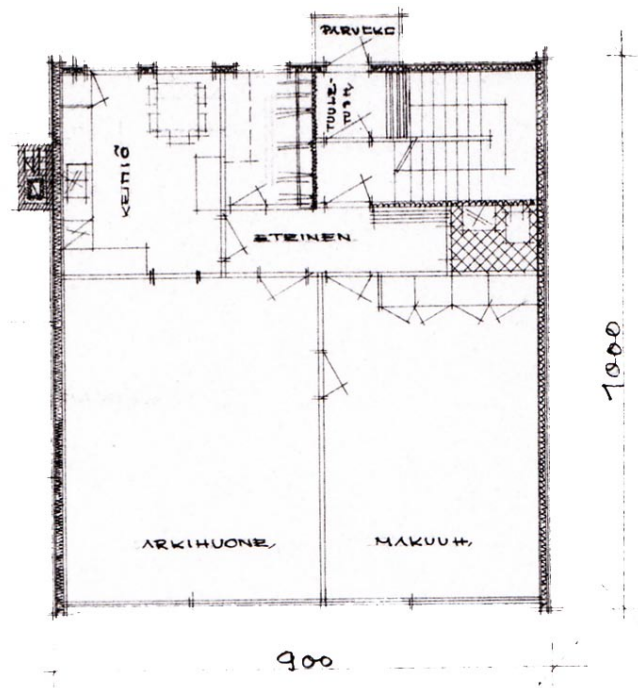


Kuva 4: Piirros Wanhan Kaupan julkisivusta, kiinteistön rakennuslupahakemuksesta vuodelta 1959

1. KERROS



2. KERROS



Kuva 5: Wanhana Kaupan kiinteistön pohjapiirrokset, 1. ja 2. kerros, rakennuslupahakemuksesta vuodelta 1959

4.2 Wanhan Kaupan syntyminen

Wanhan Kaupan uusi elämä sai alkunsa hajonneesta hampaasta. Äitini hammas särkyi joulukuussa 2001 ja vaati hammaslääkärihoitoa. Vanhempani olivat samaan aikaan tekemässä lähtöä Helsinkiin, joten he pysähtyivät yhdessä tuumin matkan varrella Savonlinnassa lääkärikäynnille. Äitini ollessa hoidossa isäni päätti käydä kiinteistönvälittäjän juttusilla ja antamassa tälle samalla yhden rakennusyhtymänsä rakentaman rivitaloaluoneiston myyntiin.³⁹

Kiinteistönvälitystoimistossa välittäjä otti huoneiston myyntiin ja ehdotti samalla isälleni Enonkoskella sijaitsevan liikekiinteistön ostopa. Sanomalehti Itä-Savossa joulukuussa 2001 ilmestyneessä ilmoituksessa kiinteistö esiteltiin näin:

"Myytävänä huoneistoja. Asuin/kauppakiinteistö Enonkosken keskustassa. Myymälä n. 150m², asunto 3h+k+wc n. 70m², kellarissa sauna ja varastotilat. Erillinen varastorakennus n. 60m². Öljykeskuslämmitys. Tässä remonttitaitoiselle monien mahdollisuuksien kiinteistö. Oma tontti 2.254m², jossa runsaasti rakennusoikeutta. Hp. 25.229€."

³⁹ Pirjo ja Olavi Nyrhinen, 9.8.2009

Isäni oli jo pitempään haaveillut rakennusprojektikohteesta ja hän kiinnostui kohteesta sen edullisen hinnan ja käyttömahdollisuuksien takia. Hän ei kuitenkaan halunnut enää uutta kiinteistöä omiin nimiinsä ja keskusteltuaan asiasta äitini kanssa, he päättivät ostaa kiinteistön yhdelle neljästä lapsestaan. Sillä hetkellä kaksi vanhempaa sisarustani olivat jo vakiinnuttaneet asuin- ja työpaikkansa pääkaupunkiseudulla ja nuorin sisaruksistani oli vielä lukiolainen. Minun opintoni olivat lopputyövaiheessa, olin naimaton ja työskentelin sisustussuunnittelijana Helsingissä - vanhempieni silmissä olin näin ollen sitoutumattomin ja sopivin kiinnittymään kiinteistöön, joten he päättivät hankkia kiinteistön minun nimiini.³⁹

Maa-alan ja kiinteistön myyjä oli Tradeka Oy ja kaupat syntyivät 4.1.2002. Kulmalan ja Vuorelan tilat vaihtoivat omistajaa pyydettyyn kauppahintaan. Kiinteistörekisterin mukaan Vuorela-tilan pinta-ala on 1680m² ja Kulmala-tila 574m² eli tilat muodostavat 2254m²:n suuruisen kokonaisuuden Enonkosken kirkonkylässä.

Tontilla sijaitsi kauppohenkeillä vanha asuin/myymälärakennus ja kylmä varastorakennus. Alueelle oli vahvistettu asemakaava ja kaavamerkintä oli ALK (asuin-, liike- ja toimistorakennusten korttelialue). Kiinteistön kauppakirjassa ostajalle ilmoitettiin muun muassa seuraavat tiedot kaupan kohteesta:

Ostaja on tarkoin tutustunut kaupan kohteena oleviin rakennuksiin ja tonttiin. Ostaja hyväksyy rakennukset ja tontin siinä kunnossa kuin ne kaupanteon hetkellä ovat. Ostaja on tietoinen rakennusten ulkopuolisten puuosien pikaisesta korjaus- ja maalaustarpeesta sekä kauttaaltaan myös sisäpuolisten pintojen korjaus- ja pintakäsittelytarpeesta. Lisäksi ostaja on tietoinen LVI- ja muun kiinteistötekniikan iän aiheuttamista korjaus- ja uudistamistarpeista.

Ostaja on myös tietoinen, että rakennusten iän, huolto- ja korjaustöiden tekemättömyyden sekä vesikaton vuotamisen johdosta rakennuksessa todennäköisesti on virheitä sekä muitakin kuin havaittuja ja todettuja kosteus-, home-, sieni- ja lahovaurioita, joita ostaja ei ole ennen kaupantekoa voinut havaita, koska niiden havaitseminen on mahdollista vasta rakenteita avattaessa.

Kiinteistö on toiminut aikaisemmin elintarvike-, polttoaine- ja maataloustuotteiden myymälänä ja varastona sekä myymälänhoitajan asuntona.

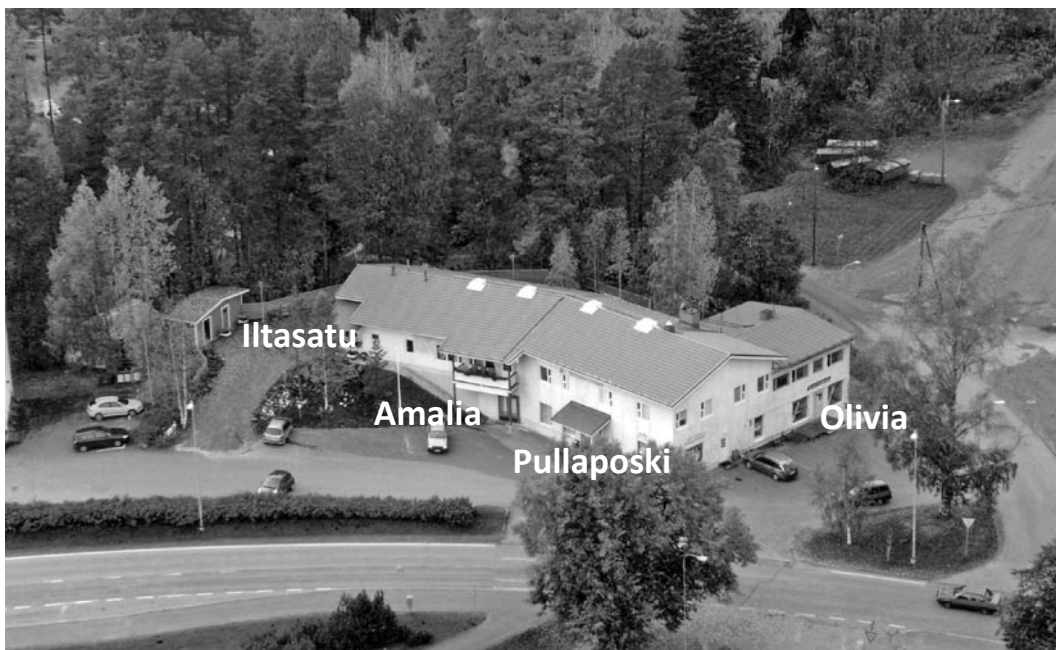
Ostajan tarkoituksena on peruskorjata rakennukset.

³⁹ Haastattelu, Pirjo ja Olavi Nyrhinen 9.8.2009

Kiinteistön toisessa kerroksessa sijainnut asunto oli kaupantekohetkellä vuokrattu ja vuokrasopimus jatkui toistaiseksi. Muuten talo jatkoi aluksi hiljaiseloaan ilman suuria muutoksia. Taloa alettiin kuitenkin markkinoida mahdollisille yrittäjille kiinnittämällä ”vuokrataan liiketilaa” – kylttejä kiinteistön ikkunoihin. Kesti kuitenkin aikansa, ennen kuin hiljainen markkinointi tuotti tulosta ja ensimmäinen yritys, hius- ja kauneushoitola Olivia, muutti taloon toukokuussa 2003.

4.3 Wanhan Kaupan yrittäjät

Palvelumuotoilussa työskentelyn lähtökohtana toimii käyttäjän eli asiakkaan näkökulma. Asiakkaiden, Wanhan Kaupan tapauksessa yrittäjien, näkökulman selvittämisen apuna käytin teemahaastatteluja. Haastatteluissa kävimme läpi yrittäjien ajatuksia ja näkemyksiä seuraavista aiheista: Wanhan Kaupan yhteistyö yrittäjien kesken ja omistajan kanssa, tyhjiään olevat tilat – liiketila katutasossa ja kellarin sauna- ja varastotilat, ulkotilat ja julkisivu, kiinteistön ylläpito ja huolto, kiinteistön asema kylässä ja talon nimeäminen sekä toiminta ja palvelut.

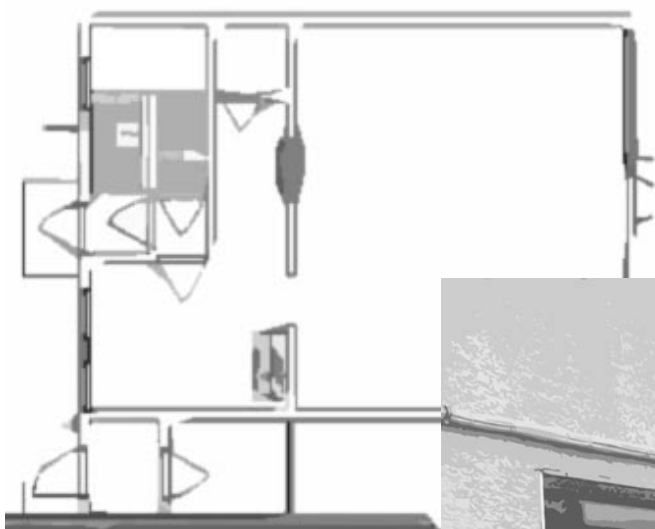


Kuva 6: Ilmakuva Wanhasta Kaupasta, yritysten sisäänkäynnit merkitty

Hanna Lappalainen Hius- ja kauneushoitola Olivia

Wanhan Kaupan uuden elämän ensimmäinen yrittäjä oli Hanna Lappalainen (30), jonka kanssa solmittiin vuokrasopimus 1.5.2003 alkaen. Lappalainen on parturi-kampaaja, jolla ei ollut aiempaa yrittäjäkokemusta. Hän perusti kiinteistön alkuperäiseen osaan, katutason kauppahuoneistoon Hius- ja kauneushoitola Olivian. Hius- ja kauneushoitolan tilaan vaatimat muutokset olivat melko vaatimattomat ja yrittäjä pääsi nopeasti käsiksi töihin. Lappalaisen vuokrasopimus on jatkunut vuoden mittaista taukoa (äitiysloma 2005–2006) lukuun ottamatta tähän päivään saakka.⁴⁰

Alun perin Varkaudesta kotoisin oleva Lappalainen päätyi asumaan Enonkoskelle perhesuhteiden takia ja Wanhan Kaupan kiinteistö valikoitui yrittäjän liiketilaksi yksinkertaisesti siitä syystä, että sen ikkunassa luki ”vuokrataan”. Lappalainen tarjoaa asiakkailleen kaikki parturi-kampaamopalvelut: leikkaukset, värjäykset, kihartamiskäsittelyt, kampaukset, hiustenpidennykset jne. Lisäksi palveluihin kuuluvat rakennekynnet.⁴⁰



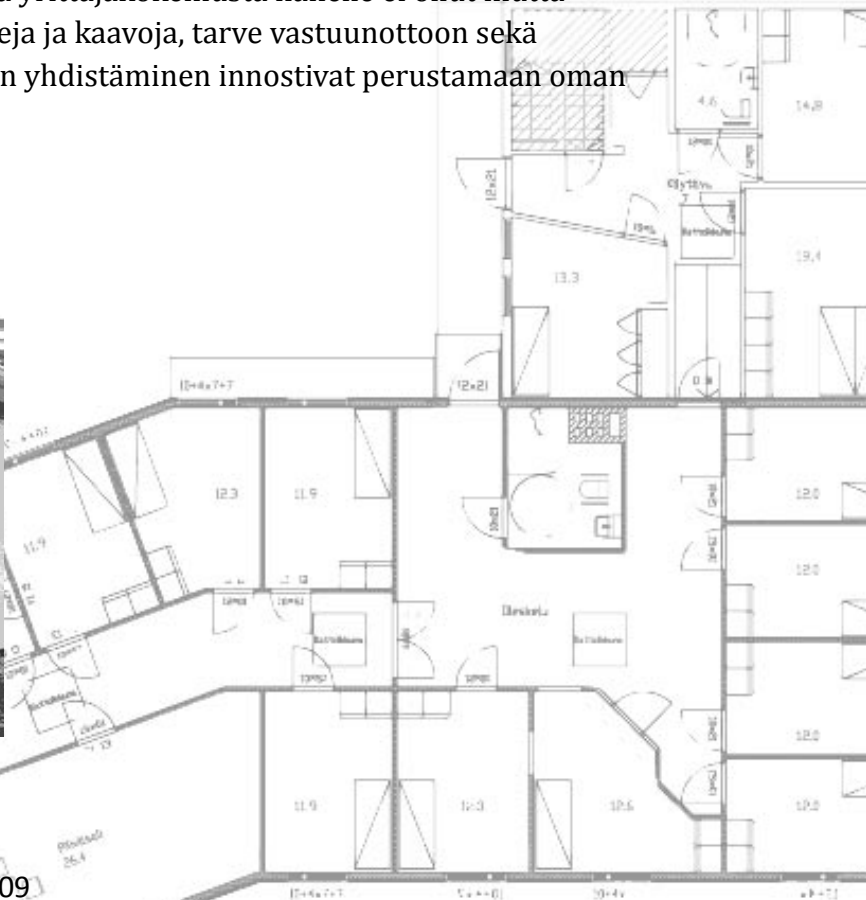
⁴⁰ Haastattelu, Hanna Lappalainen 8.6.2009

Satu Heiskanen Hoitokoti Iltasatu

Hoitokoti Iltasatua varten kiinteistöön tehtiin merkittävä laajennus vuonna 2004 ja koko rakennus muutti muotoaan. Yrityksen toiminta pääsi käyntiin loppuvuonna 2004. Hoitokoti Iltasatu hallitsee tällä hetkellä kokonaan rakennuksen toista kerrosta, kun myös vanha asuinhuoneisto liitettiin vuoden 2009 alussa hoitokodin vuokraussopimukseen. Yritys hoiti remontin itse omalla kustannuksellaan, joka huomioitiin tilan vuokrassa ja vuokrasopimuksen kestossa.

Hoitokoti Iltasatu on tehostettu asumispalveluyksikkö, joka tarjoaa asiakkailleen asumispalveluita sekä hoiva- ja huolenpitopalveluita. Lisäksi palvelupalettiin kuuluvat terveydenhoitopalvelut mukaan lukien kotisairaanhoido.⁴¹

Hoitokoti Iltasatun yrittäjänä toimii syntyperäinen enonkoskelainen, Satu Heiskanen (36), jolla on vahva terveydenhoitoalan koulutus- ja työkokemus. Heiskanen toimii myös tutkijana Joensuun yliopistossa ja väitteli terveystieteiden tohtoriksi syyskuussa 2009. Aiempaa yrittäjäkokemusta hänelle ei ollut mutta vahva halu muuttaa hoitotyön rutiineja ja kaavoja, tarve vastuunottoon sekä tutkimuksen, opetuksen ja käytännön yhdistäminen innostivat perustamaan oman yrityksen.⁴¹



Sari Kutvonen Leipomo-kahvila Pullaposki

Sari Kutvosen (41) leipomo-kahvila Pullaposki aloitti toimintansa joulukuussa 2004, samoihin aikoihin Hoitokoti Iltasatun kanssa. Yritykselle saneerattiin tilat Wanhan Kaupan katutasen entisiin myymälätiloihin. Tila muuttui täysin, kun yritykselle rakennettiin vanhaan myymälähalliin mm. leipomo ja wc-tilat sekä henkilökunnalle että asiakkaille.

Kutvonen on koulutukseltaan kirjanpitäjä, mutta hän ei ole koskaan tehnyt ammatikseen virallista koulutustaan vastaavaa työtä. Hän toimi ennen yrityksen perustamista huoltamotyöntekijänä. Kipinä yrittäjyyteen syttyi, kun Enonkosken naapurikunnassa, Kerimäellä, asuva Kutvonen tuli ystävineen käymään Enonkoskella. Kylän ainoa kahvipaikka oli silloin Koskelan Baari, joka toimii entisessä suojeluskunnan talossa ja on tyyliltään hyvin perinteinen ”keskiolutkuppila”. Baarissa kahittelun jälkeen Kutvoselle selvisi, että kylällä olisi tarvetta kunnan kahvilalle. Kotimatka kulki Wanhan Kaupan kiinteistön ohi, jonka Kutvonen havaitsi hyväksi paikaksi omalle kahvilalle. Hän otti yhteyttä vanhempiini ja neuvottelujen jälkeen syntyivät sekä urakkasuunnitelma että vuokrasopimus.⁴²

Leipomo-kahvila Pullaposki tarjoaa asiakkailleen leivonta- ja kahvilapalveluja sekä pitopalvelua tilaisuuksiin. Kahvila on auki arkisin klo 8-16 ja heinäkuussa myös lauantaisin klo 8-14. Lisäksi kahvilan tiloissa järjestetään yksityistilaisuuksia kuten hautajaisia sekä kokouksia. Kutvosen mukaan kahvilasta on muodostunut kylälle merkittävä kokoontumispaikka, jossa ei ole ostopakkoa ja jonne on helppo tulla.⁴²

⁴² Haastattelu, Sari Kutvonen 9.6.2009



Armi Asikainen Hieronta- ja turvehoitola Amalia

Hieronta- ja turvehoitola Amalia on Wanhan Kaupan tuorein yrittäjä, jonka vuokrasopimus astui voimaan toukokuussa 2007. Yritys toimii katutaso-tilassa, joka syntyi entisen pihan paikalle hoitokodin vaatimaa laajennusosaa rakennettaessa. Tila oli kylmä, maalattiainen varasto, joka saneerattiin täysin hoitolan toiveita ja vaatimuksia vastaavaksi.

Hoitolan yrittäjä Armi Asikainen (46) asuu Enonkoskella ja on toiminut aikaisemmin mm. kuntohoitajana, erä- ja luonto-oppaana sekä ollut perustamassa kylälle vammaisille suunnattua Hoitokoti Sinisiipeä. Oman hieronta- ja turvehoitolayrityksen perustaminen lähti liikkeelle erä- ja luonto-opaskoulutuksesta, jonka aikana syttyi halu tehdä työtä itsenäisesti. Asikainen perusti ensin hoiva- ja kotipalvelu Amalian, jonka liikeideana oli tarjota hoivapalveluja omaishoitajille asiakkaiden kotona. Kysyntää oli kuitenkin enemmän hieronnalle ja Asikainen alkoi kiertää kylää hierontapöydän kanssa. Tämä osoittautui ajan kanssa hyvin kuluttavaksi ja lopulta hän päätti hankkia kiinteän työskentelytilan kirkonkylältä.⁴³

Hieronta- ja turvehoitola Amalia tarjoaa asiakkailleen mm. perinteistä hierontaa, turvehoitoja, intialaista päähierontaa ja jälleenmyy erilaisia terveystuotteita kuten anatomisia tyynyjä. Tulevaisuudessa Asikainen haluaisi tarjota asiakkailleen enemmän myös luonto- ja elämispalveluita mm. kanoottien ja lumikenkien vuokraustoiminnan muodossa.⁴³

⁴³ Haastattelu, Armi Asikainen 30.6.2009



4.4 Wanhan Kaupan yrittäjille kohdennettujen palvelujen kehittämisen prosessi ja tavoite

Wanhan Kaupan yrittäjille kohdennettujen palvelujen kehittämisen prosessin taustalta löytyy haluni tehdä liikekiinteistösijoittamisesta kannattavampaa, vaivattomampaa ja houkutteleva vaihtoehto myös muille, jotka harkitsevat yksityistä kiinteistösijoittamista. Tavoitteen saavuttamiselle on mielestäni tärkeää omistajan kiinteä yhteistyö liiketilojen käyttäjien, yrittäjien, kanssa. Tavoitteena on kehittää palvelumuotoilun menetelmiä apuna käyttäen toimiva työkalu, jonka avulla yhteistyö ja siitä seuraava molemminpuolinen hyöty voidaan saavuttaa.

4.4.1 Tiedon keruu

Aloitin Wanhan Kaupan palvelumuotoiluprosessin tiedon keruulla. Keräsin tietoa aluksi etenkin kirjallisuudesta, julkaisuista ja internetistä liittyen palvelumuotoiluun, yrittäjyyteen, liikekiinteistöihin ja syrjäseutuihin. Nämä tiedot pohjustivat ja selkeyttivät ymmärrystä työtäni ja sen tavoitteita kohtaan.

Pohjatiedon keräämisen jälkeen alkoi yksityiskohtaisemman tiedon keruun vaihe, johon sisältyivät mm. Wanhan Kaupan yrittäjien teemahaastattelut, julkaistujen sanomalehtiartikkeleiden kerääminen yrittäjistä ja kiinteistöstä sekä rakennuksen alkuperäisten rakennuslupapapereiden haku Enonkosken kunnan teknisestä toimistosta. Seuraavassa kappaleessa käsitellään ja analysoidaan tarkemmin yrittäjien teemahaastattelussa esiin tulleita asioita. Alaotsikoista ilmenevät käsiteltävinä olleet asiat, joiden vastaukset on purettu kappaleessa suoran tekstin muotoon.



4.4.2 Tiedon analysointi

Yhteistyö Wanhassa Kaupassa

Yrittäjien yhteistyö kiinteistössä toimii Lappalaisen ja Kutvosen mielestä osittain – katutason yritykset (hius- ja kauneushoitola Olivia, hieronta- ja turvehoitola Amalia ja kahvila-leipomo Pullaposki) tukevat toisiaan mm. ostamalla toisiltaan palveluita ja tekevät yhteistä markkinointia. Lisäksi yrittäjät ovat pitkälti verkostoituneita ja mainostavat toisiaan ns. puskaradion kautta. Yrittäjät eivät kuitenkaan mainosta palveluitaan esimerkiksi lehdissä, joissa yhteistyötä tekemällä kustannuksia pystyttäisiin jakamaan. Asikaisen ja Heiskasen mukaan yhteistyötä ei juuri ole. Suunnitelmia on ollut mutta ne eivät ole toteutuneet vetäjän puuttuessa. Kaikki olisivat valmiita parantamaan yhteistyötä, mutta konkreettiset keinot puuttuvat. Yhteistyö kiinteistön omistajan kanssa on sujunut jokaisen mielestä tähän saakka hyvin.⁴⁴

Johtopäätökset

Mielestäni suurimmat ongelmat, jotka estävät yhteistyön toteutumista talossa, ovat yrittäjien kiire ja yritysten erilainen palvelulähtökohta asiakkaitaan kohtaan: hoitokoti on suljettu yhteisö, jonka palvelu on sopimuskohtaista ja ovet suljettu ulkopuolisilta. Talon kolme muuta yritystä palvelevat asiakkaitaan avoimin ovin, osittain ennakkoajanvarausten mukaan mutta pääasiassa ovet ovat aukioloaikoina avoinna jokaiselle. Tämä suljetun ja avoimen tilan ero aiheuttaa jokapäiväisen kiireen lisäksi tilanteen, jossa yhteistyölle on ollut vaikea löytää keinoja ja aikaa.

⁴⁴ Yrittäjien haastattelut, kesä 2009

Wanhan Kaupan tyhjillään olevat tilat – liiketila katutasossa ja kellarin sauna- ja varastotilat

Wanhan Kaupan kiinteistössä on tällä hetkellä tyhjillään kaksi erillistä tilaa. Ensimmäinen niistä on katutasossa sijaitseva liiketila, kahvila-leipomo Pullaposken ja hieronta- ja turvehoitola Amalian välissä. Tila on toiminut kiinteistön saneeraus- ja laajennusvaiheessa varastona. Tila ei tämänhetkisessä kunnossa kelpaa vuokrauskäyttöön muun muassa vesipisteen, toisen uloskäynnin ja sosiaalityötilojen puuttumisen takia. Olen tällä hetkellä suunnittelemassa tilan uutta rakennetta Lahden Muotoiluinstituutin sisustusarkkitehdin (Muotoilija AMK) tutkintoon johtavassa lopputyössäni ja tämän suunnittelutyön on tarkoitus valmistua marraskuun 2009 loppuun mennessä. Tämän jälkeen tilan markkinointi potentiaalisille yrittäjille voidaan aloittaa. Toinen tyhjillään olevista tiloista kiinteistössä ovat kellarin sauna- ja varastotilat. Nämä tilat eivät sovi päivittäiseen työskentelyyn muun muassa tilan mataluuden ja ikkunattomuuden takia. Kesän 2009 aikana kypsyi kuitenkin päätös saneerata tilat nykyisestä varastokäytöstä toimiviksi kokous- ja saunatiloiksi. Luonnokset vaadituista muutoksista ovat jo valmiina ja tarkemmat suunnitelmat valmistuvat talven 2009–2010 aikana. Tavoitteena on aloittaa kellaritilojen kunnostus vuoden 2010 aikana.

Kenelläkään yrittäjistä ei tällä hetkellä ole tarvetta lisätilalle omassa liiketoiminnassaan. Ainoastaan Kutvonen tarvitsisi työntekijöilleen sosiaalityötilaa ja pientä varastotilaa tarvikkeille. Hän ei kuitenkaan ole valmis laajentamaan toimintaansa katutasossa tyhjillään olevan liiketilan puolelle, joten selvitämme talven 2009–2010 aikana, onko tiloja mahdollista ottaa käyttöön kellarissa sijaitsevasta, talon entisestä pannuhuoneesta ⁴⁴

Kaikki yrittäjät näyttivät vihreää valoa suunnitelmille muuttaa kellarin vanhat sauna- ja varastotilat nykyaikaiseksi kokoustilaksi. Tiloihin jäisi edelleen myös sauna- ja pesutilat pukuhuoneineen sekä pientä varastotilaa kiinteistön omistajan omaan käyttöön. Kokoustilat olisivat yrittäjien käytössä siivous- ja ylläpitokustannuksia vastaan ja niitä on tarkoitus markkinoida myös talon ulkopuolisille asiakkaille kuten yhdistyksille. Yrittäjät uskovat, että yksityiselle kokoustilalle olisi kylällä kysyntää, koska muuta tarjontaa ei juuri ole. Kutvonen on myös valmis hoitamaan tilan kahvi- ja ruokatarjoilut ostopalveluna. ⁴⁴

⁴⁴ Yrittäjien haastattelut, kesä 2009

Liiketilaan yrittäjät ehdottivat hyvin erilaisia toimintoja: iltakahvilaa, jalkahoitolaa sekä omaishoitajille suunnattua ”parkki”-palvelua, jossa tilassa voitaisiin hoitaa lyhytaikaisesti vuodepotilaita. Ehdottomia rajoituksia tilan yrittäjyydelle ei yrittäjien puolelta juuri asetettu, lukuun ottamatta vaaratilanteita ja melua aiheuttavia yrityksiä kuten puusepänverstas. Asikaisen ehdottamaan kuntosalirytykseen muut yrittäjät suhtautuivat neutraalisti. ⁴⁴

Johtopäätökset

Kesäkuussa 2009 siivosimme ja raivasimme yhdessä 15-vuotiaan sisarentyttäreni kanssa talon kellarin tyhjäksi sekalaisista rakennustarvikkeista sekä tavaroista ja tein valmiiksi luonnokset tilojen uudesta layoutista, rakenteista ja sisustuksesta tulevaa kokous- ja saunatilakokonaisuutta ajatellen. Tilojen siivousurakalla annoin kesätyötä nuorelle sisarentyttärelleni ja saimme tilaan varastoidut tavarat inventoitua myöhempää käyttöä varten. Tila odottaa nyt remonttia, joka tavoitteen mukaan aloitetaan vuoden 2010 aikana.

Myös katutasossa, varastotilana ollut tyhjä liiketila koki kesän 2009 aikana uudistuksen – heinäkuussa 2009 tilassa aloitti toimintansa ”Raksakirppis”, joka nimensä mukaisesti keskittyy käytettyjen ja käyttämättömien rakennustarvikkeiden myyntiin. Tavarat omistaa isäni Olavi Nyrhinen, joka nyt eläkkeelle jäätyään oli valmis myymään suuren osan rakennusliikkeensä varastoihin jääneistä tarvikkeista ja työkaluista. Tavoitteena on saada tila tyhjemmäksi ja tarpeettomat tarvikkeet käyttöön niitä tarvitseville, pientä maksua vastaan. Myyntitoiminnan tuotto on luvattu provisiopalkkioksi Olavi Nyrhisen teini-ikäiselle lapsenlapselle, joka oli kesän aikana avustamassa sekä varastojen raivaamisessa että ”Raksakirppiksen” myynnissä. Kirpputori sai kylällä hyvän vastaanoton ja etenkin kesäasuntojen kunnostajat löysivät paikan. Toimintaa on tarkoitus jatkaa toistaiseksi, jonka jälkeen tila tyhjennetään jäljelle jääneistä tavaroista ja remontoidaan toimivaksi ja muunneltavaksi liiketilaksi. Tilalle ei ole vielä tiedossa vuokralaista mutta sisustusarkkitehtuurin lopputyöni tavoitteena on laatia tilaan sisustussuunnitelma, joka mahdollistaisi tilassa jalkahoitajan työskentelyn ja omaishoidon potilaiden väliaikaisen hoidon.

raksakirppis

⁴⁴ Yrittäjien haastattelut, kesä 2009

Wanhan Kaupan ulkotilat ja julkisivu

Kiinteistön ulkotiloja ja piha-alueita yrittäjät pitävät kohtuullisina. Lappalaisen mukaan kampaamon edustalla pysäköinti toimii, koska käytössä on kaksi henkilökuntapaikkaa, joista toiseen asiakkaat voivat pysäköidä. Kutvonen moittii erityisesti pysäköintiä etupihalla. Pihaan ei ole merkitty selkeitä pysäköintipaikkoja ja sen vuoksi asiakkaat pysäköivät autonsa miten sattuu. Lisäksi ajonopeudet piha-alueella nousevat usein korkeiksi. Rekka-autoille ei ole pihalla pysäköintitilaa ja tämä haittaa ammattiautoilijoiden palvelua. Asikainen moittii myös pysäköintiä ja parkkipaikkojen puutetta oman yrityksensä edustalla mutta Heiskasen hoitokodille asia ei ole ongelma, koska sisäänkäynti ja piha-alue ovat eri tasossa muiden yrityksen kanssa.⁴⁴

Kiinteistön julkisivumainonnasta on jokainen yritys omalta kohdaltaan huolehtinut toistaiseksi itse. Kiinnostus yhteiseen mainontaan (esimerkiksi kyltti tien vieressä) on vaihtelevaa – ajatusta ei yrittäjien puolelta tyrmätty, mutta yritysten eri toimialojen takia asiaa täytyy harkita ja mahdollinen toteutus on suunniteltava tarkasti. Kutvosen mukaan leipomo-kahvila Pullaposki kerää usein muidenkin yrittäjien asiakkaat sisäänsä ihmettelemään, missä kaivattu yritys sijaitsee ja mitkä sen aukioloajat ovat. Hän toivoo selkeyttä ja johdonmukaisuutta muiden talossa olevien yritysten tiedotukseen ja aukioloaikoihin.⁴⁴

Wanhan Kaupan kiinteistön julkisivurappaus on tällä hetkellä sävyttämättömän kalkkimaalin värinen eli harmaanvalkoinen. Muut ympärillä sijaitsevat rakennukset (mm. pankki, kirjasto, kirkko) ovat väriltään vaalean keltaisia ja omistajan suunnitelmissa on ollut myös Wanhan Kaupan kiinteistön julkisivurappauksen kal-kitseminen kellertäväksi. Yrittäjät suhtautuvat tähän suunnitelmaan positiivisesti.⁴⁴

Talossa on tällä hetkellä yhdeksän (9) sisäänkäyntiä ja lähes yhtä monta erilaista ovea. Yleisilmeen yhtenäistämiseksi suunnitelmissa on ollut tarpeen mukaan joko ovien vaihto tai maalaaminen yhtenäiseen väriin (valkoinen). Yrittäjistä ajatus on hyvä ja he kannattivat sisäänkäyntien yhtenäistämistä. Leipomo-kahvila Pullaposken sisäänkäynti joudutaan uusimaan, koska sen lukitus ei toimi kunnolla ja ovista on hankala kulkea pyörätuolin kanssa. Lisäksi ulko-oven alle jää rako, joka tekee sisäänkäynnin läheisyydestä vetoisen etenkin talviaikaan.⁴⁴

⁵¹ Yrittäjien haastattelut, kesä 2009

Hoitokoti Iltasatu toivoo talon takapihalle grillikatosta hoitokodin asukkaiden käyttöön. Myös muut talon vuokralaiset olisivat tervetulleita käyttämään katosta. Katos palvelisi hoitokodin uutta asiakasryhmää, mielenterveyskuntoutujia, joiden fyysinen toimintakyky on hyvä ja jotka kaipaavat virikkeellistä toimintaa elämäänsä.⁴⁴

Johtopäätökset

Yrittäjien esiin ottamat ongelmakohdat ovat todellisia ja ratkaisuja muun muassa pysäköintiongelmaan on jo mietitty. Ensimmäinen askel tulee olemaan pysäköintipaikkojen selkeät merkinnät pihalle, pysäköintiruutujen maalaamisen ja kyltityksen muodossa. Rekka-autojen pysäköintiongelmaan ei ole helppoa ratkaisua, koska tila tontilla on rajallinen. Myös yhteinen tienvarsikyltti talosta ja sen yrittäjistä jää odottamaan aikaa, jolloin talo on saatu brändättyä saman nimen alle ja yrittäjien yleistä tiedottamista saadaan parannettua.

Julkisivurappaus on mahdollista toteuttaa pikaisestikin, mahdollisesti jo syksyn 2009 aikana. Myös ovien maalaaminen yhtenäisiksi ja kahvila-leipomo Pullaposken sisäänkäynnin uusiminen on asetettu lyhyen aikavälin työlistalle. Hoitokodin grillikatosta harkitaan ja sen toteuttamista yhteistyössä yrittäjän kanssa selvitetään.



⁴⁴ Yrittäjien haastattelut, kesä 2009

Wanhan Kaupan kiinteistön ylläpito ja huolto

Yrittäjien mukaan kiinteistön ylläpito ja huolto on hoidettu pääasiassa hyvin – talonmiehenä on toiminut Olavi Nyrhinen, joka on ollut helppo tavoittaa puhelimitse tarvittaessa. Tilasta ja sen iästä riippuen yrittäjille on aiheutunut erilaisia ongelmia. Lappalaisen kampaamo talon alkuperäisessä osassa on kärsinyt etenkin talvisin lämmitysongelmista. Kesäisin ongelmia on aiheuttanut kuumuus. Lappalainen toivoo taloon yhtenäistä ilmastointijärjestelmää, joka poistaisi ongelmat. Kutvoselle ja hänen kahvila-asiakkailleen on aiheuttanut talvisin vaivaa pihan liukkaus ja hiekoituksen vähäisyys. Lisäksi saneeratussa tilassa on ollut usein ongelmia liittyen vesiliitännöihin. Liittimet ovat vuotaneet ja niitä on jouduttu vaihtamaan. Tilassa on koettu myös yksi pahempi vesivahinko syksyllä 2008, jolloin asiakas-wc:n putkiliittimen vuotamisen takia kahvilan lattiaa jouduttiin purkamaan, kuivaamaan ja uusimaan koko tilan lattiapäällyste.⁴⁴

Asikaiselle harmia aiheuttavat etenkin sisäänkäynnin eteen ilmaantuvat tupakantumpit, jotka tippuvat mahdollisesti oven yläpuolella sijaitsevalta hoitokodin parvekkeelta. Heiskasen hoitokodissa on kärsitty myös putkiliitäntöjen pettämisestä mutta toistaiseksi vakavilta vaurioilta on säästyttävä hoitokodin 24/7-valvonnan ansiosta.⁴⁴

Johtopäätökset

Kiinteistön tulevaisuuden ylläpitoon ja huoltoon yrittäjillä ei ole erityistoiveita. Työ voidaan ulkoistaa esimerkiksi kiinteistöhuoltoyrittäjälle, jos kustannukset yrittäjille eivät siitä merkittävästi nouse. Toistaiseksi jatketaan nykyisellä käytännöllä ja asiaa tarkastellaan uudestaan sitten, kun Olavi Nyrhinen toivoo asiaan muutosta.

⁴⁴ Yrittäjien haastattelut, kesä 2009

Wanhan Kaupan kiinteistön asema kylässä ja talon nimeäminen

Kaikkien talon yrittäjien mielestä talo on kylän keskeinen kokoontumispaikka. Asikaisen mielestä tuntuu, ettei kylällä muita varsinaisia liikekiinteistöjä olekaan. Lappalaisen mielestä kiinteistö on kylän elävin, ainoa varsinainen yrityskeskittymä. Kutvosen mukaan kahvila-leipomo Pullaposki on suosittu kokoontumispaikka, jonne asiakkaiden on ollut helppo tulla, jopa vain aikaa kuluttamaan. Esimerkiksi vanhukset tulevat usein kahvilaan istumaan odotellessaan viereisen pankin aukeamista. Tämän todistavat myös muut yrittäjät, joiden mukaan Pullaposki on talon vetonaula.⁴⁴

Moni yrittäjien asiakkaista muistaa vielä vanhan kauppakiinteistön, joka oli matala ja huonokuntoinen, eikä sopinut kylän ilmeeseen. Uudesta ulkomuodosta on tullut positiivista palautetta. Heiskasen mielestä talo on kuin maamerkki, joka näkyy heti esim. Savonlinnasta päin maantietä tullessa. Lappalainen on saanut hyvää palautetta kampaamon sijainnista – sen ohi ei voi huomaamatta ajaa, koska kampaamon isot ikkunat näkyvät jo kaukaa maantieltä pohjoisen suunnasta tullessa.⁴⁴

Talon yrittäjät ovat kiinnostuneita kiinteistön brändäämisestä eli nimeämisestä ja määrätietoisesta kehittämisestä tietynlaiseksi, tunnetuksi tuotteeksi. Tällä hetkellä yhtenäistä nimeä ei ole, mutta asiakkaiden on kuultu puhuvan mm. Iltasatutalosta. Ajatus yhteisestä nimestä on ollut esillä yrittäjien keskusteluissa jo useita vuosia sitten mutta asia ei silloin edennyt ajatusta pitemmälle. Lappalainen ehdotti aiheesta nimikilpailua, johon muut yrittäjät suhtautuivat myönteisesti. Kutvonen toivoi kuitenkin, että ennen nimikilpailun järjestämistä paikalliset sanomalehdet tekisivät jutun talosta ja sen yrittäjistä, jotta asia tulisi tutuksi ympäristölle.⁴⁴

Johtopäätökset

Kiinteistön asema kylässä on vakiintunut ja asiakkaat suhtautuvat yrittäjiin pääsääntöisesti positiivisesti. Suurinta vastarintaa ja vaikeuksia ovat kokeneet Hoitokoti Iltasatu ja Kahvila-leipomo Pullaposki.⁴⁴ Yritysten kokemat vaikeudet liittyvät mielestäni lähinnä ympäristön ja ihmisten perisuomalaiseen ongelmaan nimeltään kateus sekä pelkoon uusia toimintatapoja kohtaan. Avoimuus ja

⁴⁴ Yrittäjien haastattelut, kesä 2009

rehellisyys ovat kuitenkin mielestäni parhaita lääkkeitä näihin ongelmiin. Ne tulevat olemaan myös suunnittelun lähtökohtiani tulevassa palvelumuotoilun työkalussani. Tulen myös kutsumaan paikallislehtien toimittajia tutustumaan talon toimintaan ja ajatuksiini sen kehittämistä. Nimikilpailu tullaan järjestämään mahdollisimman pian, jonka jälkeen talon brändinrakennus voidaan aloittaa täydellä teholla, mm. palvelumuotoilun työkalua käyttäen.

Wanhan Kaupan kiinteistön sisäinen toiminta ja palvelut

Kaikilla talon yrittäjillä on omat kotisivut internetissä (Hoitokoti Iltasatu, Kahvila-leipomo Pullaposki) tai ne ovat tekeillä (Hius- ja kauneushoitola Olivia, Hieronta- ja turvehoitola Amalia). Kaikki olisivat valmiita panostamaan yritystensä Internet-sivuihin, jos aikaa ja resursseja olisi enemmän. Hoitokoti Iltasatu ei koe, että heille kotisivut toisivat suoraan asiakkaita – asiakkaiksi päätyneet voivat mahdollisesti käydä sivuilla tutustumassa paikkaan tarkemmin. Muut talon yrittäjät kokevat, että heille toimivat sivustot toisivat lisää asiakkaita ja liikevaihtoa. Kahvila-leipomo Pullaposki on jo saanut konkreettista hyötyä kotisivuilta, joiden avulla paikan ovat löytäneet mm. häitä järjestäneet ulkopaikkakuntalaiset sekä matkailijat. Hieronta- ja turvehoitola Amalian kotisivut ovat olleet jo pitemmän aikaa tekeillä ja niiden kautta yrittäjän toiveena on tavoittaa paremmin etenkin kunnan kesäasukkaat. ⁴⁴

Wanhan Kaupan yrittäjät suhtautuivat positiivisesti ajatukseeni kehittää palvelumuotoilun metodien avulla kiinteistölle oma verkkopalvelu, jonka kautta yrittäjät voisivat esim. hoitaa huoneistojen huoltoon ja ylläpitoon liittyviä asioita, keskustella muiden yrittäjien ja omistajan kanssa sekä osallistua kiinteistön yhteiseen mainontaan ja brändinrakennukseen. ⁴⁴

Johtopäätökset

Talon yrittäjien mielipiteisiin ja ajatuksiin pohjautuen ajatus talon yhteisestä verkkopalvelusta tuntuu järkevältä, nykyaikaiselta ja toimivalta vaikuttamisvälineeltä. Verkon kautta on mahdollista tavoittaa suuri määrä potentiaalisia asiakkaita lähialueilta ja kauempaankin. Lisäksi Wanhan Kaupan kiinteistön tunnettavuus paranisi ja sen mukana toivottavasti myös mahdollinen

⁴⁴ Yrittäjien haastattelut, kesä 2009

internet

vastarinta yrittäjiä vastaan vähenisi. Verkkosivut toimisivat onnistuessaan myös referenssinä tuleville liikekiinteistösijoittajille vanhojen talojen potentiaalista, lisäisivät talon vetovoimaa tulevien yrittäjien piirissä ja vastaisivat näin tavoitteeseeni liikekiinteistösijoittamisen kannattavuuteen ja tuottavuuteen liittyen.

4.4.3 Kehittämiskohteet

Wanhan Kaupan yrittäjien teemahaastatteluissa tuli ilmi lukuisia kehittämiskohteita, joihin yrittäjät toivoivat ratkaisuja. Osa kehittämiskohteista koskee yrittäjien omaa liiketoimintaa ja sen parantamisen edellytyksiä, osa taas koko kiinteistöä. Tämän opinnäytetyön tarkoitus on parantaa liikekiinteistösijoittamisen kannattavuutta ja tuottavuutta kokonaisuutena palvelumuotoilun keinoin, joten tässä kappaleessa kiinteistön kehittämiskohteita analysoidessani käsittelen ainoastaan Wanhan Kaupan kaikkia yrittäjiä ja heidän toimintaedellytyksiinsä vaikuttavia asioita.

Haastatteluissa esille tulleita yhteisiä asioita olivat pääasiassa pihan toimintoihin, tyhjillään oleviin liiketilaan ja kellariin, kiinteistön julkisivuun sekä talon brändäämiseen ja yhteiseen verkkopalveluun liittyvät asiat. Näistä pihan pysäköintialueiden ja julkisivua koskevia parannuksia sekä tyhjillään olevia tiloja käsiteltiin jo ”tiedon analysointi” – kappaleessa, joten keskityn tässä kehittämiskohteita ja seuraavassa ideointia käsittelevissä osiossa talon brändinrakennukseen sekä palvelumuotoilun metodein kehiteltävään verkkopalveluun, joka tulee toimimaan opinnäytteeni artefaktina, palvelumuotoilun työkalukonseptina.

Brändin rakentaminen ja palveludesign liittyvät kiinteästi toisiinsa, sanoo tulevaisuudentutkija ja palvelumuotoilun ammattilainen Jari Koskinen artikkelissaan ”Brändin rakentamisen ABC”⁴⁵. Hänen mukaansa brändin (merkitty nimi) ja siihen liittyvien mielikuvien, tarinoiden, designin ja elämysten myymisellä voidaan saavuttaa taloudellista arvoa. Brändeihin liittyvät tunne-elämykset ja asiakkaiden huomiosta taistellaan tunteiden avulla. Talous on immateriaalistunut ja osaamisesta sekä brändeistä on tullut sen keskeistä pääomaa, jonka takia

⁴⁵ Koskinen, 2009

joukosta erottautumisesta on tullut entistä tärkeämpää. Koskisen mukaan talouden immateriaalisuuteen liittyvät osaamisen lisäksi design, tarinat ja elämykset. Ostotapahtumat myös personalisoituvat, jolloin yritykset panostavat kustomoituun palvelu- ja tuotetarjontaan asiakkaiden tarpeiden ja toiveiden mukaan. Osallistumistalous on Koskisen mielestä nähtävissä etenkin internetissä. Koskisen mukaan osallistumisyhteiskunnan keskeisiä toteutumisen ehtoja ovat erilaiset mobiilit kommunikaatiovälineet ja – teknologiat. Hänen johtopäätöksensä on, että asiakkaat haluavat entistä enemmän osallistua design-prosesseihin. Samoin on palveludesignin kohdalla: palveluita pitäisi kehittää siihen suuntaan, että asiakkaan entistä laajempi osallistuminen on mahdollista.

„brändi on merkitty nimi, joka tunnetaan jossakin kohderyhmässä ja joka erottaa sen muistamerkityistä nimistä.”⁴⁶

”Brändi tunnistetaan siihen liittyvän viestinnän avulla, lähinnä viestinnällisen identiteetin kautta.”⁴⁶

”Brändillä on identiteetti ja imago. Brändin identiteetti on tunnistamisen kohteena. Usein tunnistetaan viestinnällisen identiteetin ydin, tunnus (liikemerkki ja/tai logotyyppi).”⁴⁶

”Identiteetti rakentuu organisaation kulttuurista eli esimerkiksi arvoista, hengestä, toimintaperiaatteista, eettisestä koodistosta, osaamisesta ja lupauksista. Brändin identiteetti on brändin ydin, josta viestinnällisen identiteetin kehittämisen tulisi lähteä liikkeelle.”⁴⁷

”Imago merkitsee mielikuvaa, joka brändin kohde- ja sidosryhmillä sekä laajemminkin yleisöllä brändistä on. Imago on jatkuvassa muutoksessa oleva mielikuvallinen kooste brändin viestinnän, designin ja markkinoinnin avulla luodusta kuvasta. Se on myös kooste vaikeasti hallittavissa olevista juoruista, huhuista ja informaatiovirrasta saaduista tiedoista sekä kokemuksista, joita yleisöllä tuosta brändistä on.”⁴⁷

Työnimellä ”Wanha Kauppa” kulkevan liikekiinteistön brändin rakentamiseksi tarvitaan taustatietoa, jota on kerätty teemahaastatteluilla sekä omilla havainnoilla. Kehitys- ja etenkin strategiatyön tueksi kiinteistön ja siinä yrittävien yritysten historia sekä tämän päivän tilanne on tunnettava.

⁴⁶ Koskinen ja Kivi-Koskinen, 2009

⁴⁷ Koskinen, 2009

Liiketoimintastrategian olennainen osa on brändistrategia⁴⁷.

Liikekiinteistösijoittaminen on liiketoiminta, joten brändistrategia on myös tärkeä osa sijoitustoimintaa. Brändistrategian piiriin kuuluvat Koskisen mukaan nykyään kaikki yrityksen, tässä tapauksessa liikekiinteistön, kommunikointiin liittyvä markkinointi, markkinointiviestintä, myynti, PR, yhteiskunta- ja mediasuhteet, design (graafinen suunnittelu, teollinen muotoilu jne.), arkkitehtuuri, sisustussuunnittelu ja digiviestintä (mobiilit kommunikointikeinot, internet-sivut, ekstranet, intranet, internet-kaupparatkaisut, virtuaaliset työskentelyfooromit jne). Brändistrategian piiriin kuuluvat myös juridiikka, tietohallinto ja monet muut osaamisen alueet.

Koskisen mielestä brändistrategiassa on tärkeää määritellä organisaation tai brändin visiolle alisteiset imagotavoitteet ja muut tavoitteet sekä keinot niihin pääsemiseksi. Brändistrategian yleisin aika-akseli on 3-5 vuotta.

Tämän opinnäytetyön puitteissa Wanhan Kaupan brändistrategiaa ei ole mielestäni mielekästä rakentaa mutta se tulee olemaan seuraava tehtävä kiinteistön kehitystoiminnan edistyessä. Suunnitelmana on myös toteuttaa Koskisen mallin mukainen, suppea brändiprosessi Wanhan Kaupan kiinteistöä koskien.

Brändiprosessi koostuu seuraavista osa-alueista:

1 lyhyt analyysiraportti

2 brändistrategiakartta, joka on helposti ymmärrettävä, mahdollisesti visuaalinen työkalu, jonka avulla strategian keskeiset kohdat voidaan havainnollistaa

3 palveludesignin konseptikartta

4 brändin visuaalinen identiteetti, joka pitää sisällään merkin ja logon, tunnusvärit, typografian ja muotokielen

5 perussovellutukset: käyntikortit, lomakkeet, esitteet, web-sivut ja suunnitelmat palveluympäristöistä (sisustussuunnittelu)

6 brändiohjeisto, joka tarkoittaa muutaman sivun yksinkertaisia ohjeita viestinnällisen identiteetin peruselementtien käytöstä erilaisissa viestinnällisissä yhteyksissä

Näistä brändiprosessin vaiheista itse toteutettavia tulevat olemaan lyhyt analyysiraportti, brändistrategiakartta sekä mahdollinen palveludesignin konseptikartta. Brändin visuaalinen identiteetti, sen perussovellutukset ja brändiohjeisto on mahdollista ammattitaidon puolesta toteuttaa myös itse, mutta ajankäytön hyödyn maksimoimiseksi tehtävä on mahdollisesti annettava ulkopuolisen toteutettavaksi, pois lukien sisustussuunnittelu, joka on omaa ydinsaamisaluettani. Ulkopuolisena tekijänä voisi mahdollisesti hyödyntää alan opiskelijaa, jolloin kustannukset pysyisivät kohtuullisina ja käyttöön saataisiin alan uusin tieto ja teknologiat sekä tuoreet ajatukset.

4.4.4 Ideointi

Kappaleissa ”3.6 Palvelumuotoilun suunnitteluprosessi ja työskentelytavat palvelumuotoilutoimisto Engine Groupin mukaan” ja ”3.7 Palvelumuotoilun metodien soveltaminen liikekiinteistösijoittamiseen” käsittelin palvelumuotoilutoimisto Engine Groupin muotoiluprosessia, palvelumuotoilun sekä innovoinnin metodeja ja poimin käytetyistä metodeista kolme, jotka ovat mielestäni toimivia myös liikekiinteistösijoittamiseen liittyvissä palvelumuotoiluprojekteissa. Vaikka Engine Group toimii Lontoossa ja on kansainvälinen yritys suurine projekteineen, sen käyttämät työkalut ovat kuitenkin yleismaailmallisia ja sovellettavissa myös pienempään mittakaavaan. Toiminta Wanhan Kaupan kiinteistössä, palvelujen tuottaminen asiakkaille, on samanlaista ja sen kohtaamat ongelmat samoja kuin ympäri maailmaa. Maasta ja kulttuurista riippumatta kiinteistöjen omistaja kohtaa samoja ongelmia, joita ovat muun muassa vuokralaisten saatavuus, luotettavuus ja pysyvyys, tilojen kunnossapito sekä kiinteistöstä aiheutuvat kiinteät kustannukset. Tämä toistuu sekä suuressa että pienessä mittakaavassa. Isosti ajattelu ja rohkeus muokata suuremman mittakaavan menetot toimimaan pienessä kohteessa osoittavat mielestäni positiivista, avointa suhtautumista ongelmien ratkaisua kohtaan ja helpottaa suhtautumista pienten maaseutupaikkakuntien usein sisäänpäin lämpiävään ajattelumalliin. Tuntemattomien metodien käyttö ja soveltaminen voi lisätä joiltakin osilta palvelumuotoiluprosessin riskejä mutta sen hyödyt voivat olla myös merkittäviä.

Engine Groupin käyttämät työskentelymetodit ovat selkeitä, tavoitteellisia ja niiden avulla on mahdollista rakentaa hallitusti palveluiden prosesseja. Palvelumuotoilun prosessi jaetaan Engine Groupissa kolmeen vaiheeseen:

1 havainnointi, joka jakautuu vielä kahteen osaan: orientoitumiseen ja selvitykseen. Orientoitumis-osiossa tutustutaan projektin kohteena olevaan yritykseen, heidän käyttämäänsä liiketoimintamalliin ja markkinaan, jolla yritys toimii. Selvitys-osiossa käytetään erilaisia tekniikoita, joiden avulla voidaan ymmärtää yrityksen palveluiden tarjoajia sekä niiden loppukäyttäjiä. Havainnoinnin tarkoituksena on selvittää, miltä onnistunut lopputulos tulee näyttämään ja laatia lista avainkysymyksistä sekä haasteista, joita projektin kuluessa tullaan kohtaamaan.

2 rakentaminen alkaa systemaattisella, uutta luovalla vaiheella, jonka aikana käsitteellistetään ja visualisoidaan tulevia palveluja, usein muotoilutyöpajoissa yhdessä asiakasyrityksen ja heidän asiakkaidensa kanssa. Seuraavaksi palvelumalli rakennetaan ja sitä testataan. Ideoita ja ehdotuksia jalostetaan ja niiden todellista käyttökykyä arvioidaan ja testataan mahdollisimman pitkälle.

3 eläytyen mittaaminen, jolla tarkoitetaan palvelun tehokkuuden ja hyötysuhteen sekä sen haluttavuuden, käyttökelpoisuuden ja käytettävyyden mittaamista. Tämä on palvelumuotoiluprosessin kriittinen vaihe, josta saadulla palautteella tuetaan palvelun kehitystä.

Wanhan Kaupan palvelumuotoilun työkalukonseptin kehitysprosessin ensimmäisessä vaiheessa eli havainnoinnissa olen käyttänyt apuna metodia osallistuminen (engl. path to participation). Metodin käyttö toteutui kesän 2009 aikana, kun vietin runsaasti aikaa kiinteistöllä – ensin kellaria ja tyhjillään olevaa liiketilaa raivaten ja siivoten, sitten Raksakirppiksellä työskennellen. Tutustuin talon päivittäiseen toimintaan ja yrittäjien asiakaskuntaan. Etenkin Raksakirppiksellä työskennellessäni ihmisiin tutustuminen sekä talon toimintaympäristön ja kylän ilmapiirin aistiminen oli vaivatonta. Oikean tunnelman ja todellisuuden ymmärtämistä helpottivat myös tekemäni muotoilijan teemahaastattelut, joiden avulla sain selkeän ja realistisen kuvan yrittäjien arjesta kiinteistössä.

Tärkeimmät avainkysymykset ja haasteet talon tulevaisuuden määrittämisen kannalta ovat mielestäni

A yrittäjien yhteistyön parantaminen, sisältäen mahdollisuudet mainontaan ja tehokkaampaan viestintään

B kiinteistön piha-alueiden toimivuuden kehittäminen

C tyhjän liikekiinteistön ja kellaritilan hyödyntäminen

D talon yhtenäisen brändin rakentaminen ja siihen liittyvän brändiprosessin toteuttaminen

Liikekiinteistön palvelumuotoilun työkalukonseptin kehitysprosessin toisessa vaiheessa eli rakentamisessa olen käyttänyt apuna sovellettua mallia metodista jaettu skenaario-aivoriihi (engl. Distributed Scenario Brainstorm, DSB). Tätä metodologia käytetään palvelumuotoilun luovien mahdollisuuksien kehittämisessä. Oma sovellukseni metodista riisui siitä aluksi termin ”skenaario” ja jätti jäljelle termin ”jaettu aivoriihi”, jota toteutin yhteistyössä talon yrittäjien kanssa käytyjen teemahaastattelun ja myös muissa yhteyksissä käytyjen keskustelujen aikana. Näiden ajatustenvaihtojen johtopäätöksenä ja seurauksena ajatuksiini muotoutui malli internet-pohjaisesta palvelumuotoilun työkalusta.

Palvelumuotoilun työkalukonseptin kolmannessa ja viimeisessä vaiheessa eli mittaamisessa kehitettyjen palveluiden eri määreitä voitiin selvittää palvelun prototyypin kehittämisellä (engl. Service Prototyping), jossa palvelusta, tässä tapauksessa internet-pohjaisesta palvelumuotoilun työkalusta kehitettiin ja valmistettiin kevyt prototyyppi käyttöliittymän ja sivuston sisällön luonnostelun

avulla. Prototyyppi visualisoi sivuston rakennetta, toimintoja ja sisältöä. Prototyypin avulla voidaan selvittää palvelun tehokkuutta ja hyötysuhdetta sekä mitata sen haluttavuutta, käyttökelpoisuutta ja käytettävyyttä.

4.4.5 Luonnos palvelumuotoilun työkalusta

Olen kehittänyt luonnoksen palvelumuotoilun työkalusta yksityisen kiinteistösijoittajan tarpeisiin kotisivukone.fi – palvelun avulla. Wanhana Kaupana omat kotisivut löytyvät osoitteesta vanhakauppa.kotikone.com ja ne on toistaiseksi suljettu yleisöltä salasanalla palvelumuotoilu.

Oman palvelumuotoilun työkalukonseptini innoittajana ja hyvänä esimerkkinä onnistuneesta asuintilojen suunnittelu- ja toteutustyökalusta voi pitää suomalaista Moor-konseptia. Konsepti tarjoaa rakennusliikkeille palvelua, jolla asunnon ostaja pystyy personoimaan asuntonsa sisäratkaisut kustannustehokkaasti Internetissä.⁴⁸ Palvelu vastaa nerokkaasti asiakkaan yksilöllisyyden tarpeisiin teollisessa rakentamisessa ja samalla se integroi asuntorakentamisen tilaus-toimitusverkoston tuote- ja informaatiologiikkaan. Saman perusajatuksen, yksilöllisyyden ja kohdennettujen tarpeiden huomioon ottamisen kustannustehokkaasti Internetin välityksellä, soveltaminen liiketiloihin on haaste, joka herättää kiinnostusta. Miten palvelun voisi rakentaa palvelemaan yksityistä liikekiinteistösijoittamiseen syrjäseudulla? Mitä asioita tulisi huomioida ja mihin panostaa? Millä palvelumuotoilun metodeilla yritysasiakkaiden tarpeet olisi mahdollista kartoittaa ja miten tietoa voisi hyödyntää konseptin tai palvelutyökalun kehittämisessä?

Palvelutyökalun fyysiseksi muodoksi muodostuivat Wanhana Kaupana omat kotisivut. Tutkimuksen osallistumisvaiheessa (engl. path to participation) selvisi, että suurimpia kynnyskysymyksiä ja haasteita talon tulevaisuuden määrittämisessä ovat yrittäjien yhteistyön parantaminen sekä talon yhtenäisen brändin rakentaminen. Näiden osa-alueiden parantamisessa internetillä ja sen nopealla sekä ajantasaisella tiedonvälitysominaisuudella on suuri merkitys. Wanhalla Kaupalla ei ole ollut aikaisemmin omia kotisivuja ja nopean internet-tutkimuksen perusteella sellaisia ei juuri ole muillakaan pienillä liikekeskittymillä. Kotisivuista on myös mahdollisuus rakentaa halutunlainen kokonaisuus tukemaan

⁴⁸ Moor, 2009

Wanhan Kaupan identiteettiä ja vahvistaa siten nopeasti talon yhtenäistä brändiä. Lisäksi kotisivujen avulla on mahdollista koettaa vastata Moor-konseptin herättämiin kysymyksiin ja tavoitella tämän onnistuneesti tuotteistetun konseptin perusajatusta, yksilöllisyyden ja kohdennettujen tarpeiden huomioon ottamista kustannustehokkaasti internetin välityksellä, liikekiinteistöjen näkökulmasta. Nämä näkökulmat suunnittelutyössä huomioimalla Wanhan Kaupan kotisivut eivät jää pelkiksi kohdetta esitteleviksi kotisivuiksi vaan toimivat palvelumuotoilun työkaluna liikekiinteistösijoittajan näkökulmasta katsoen.



Kuva 7: Wanhan Kaupan internet-sivuston sivurakenne

Sivuston visuaalisena selkärankana toimii sivun yläpalkin kuva Wanhasta Kaupasta. Kuva on ruskeasävyinen ja hieman rakeinen. Myös sivuston sivupalkit ovat ruskeasävyiset. Näillä visuaalisilla tehokeinoilla haluan vahvistaa tunnetta talosta, jolla on historia ja tarina. Menneisyys voi luoda talosta persoonan, johon syttyy halu tutustua. Talon sydän ja sisin on vanha, osittain uusista kuorista riippumatta. Talon potentiaalisissa asiakkaissa on myös paljon iäkkäämpiä ihmisiä, joille nostalgisuus ja historian vaaliminen ovat positiivisia asioita.

Sivuston rakenne on perinteinen, kotisivukone.fi:n tarjoamaan yhteisö-malliin perustuva. Yläpalkin kuvan alapuolella löytyvät linkit sisältösivuille ja sivuston oikeasta reunasta Wanhan Kaupan yhteystiedot sekä Uutiset.

Etusivun teksti

Wanha Kauppa on Etelä-Savossa, Enonkosken kirkonkylässä sijaitseva pieni liikekeskus. Talossa toimii tällä hetkellä neljä hyvinvointipalveluja tarjoavaa yritystä. Kiinteistössä on myös vuokrattavana yksi liiketila. Talon maanalaiseen kerrokseen on valmistumassa neuvottelu- ja saunatila Kellari, jota on mahdollista vuokrata esimerkiksi yhdistysten ja yritysten kokouksiin sekä yksityisiin perhejuhliin.

Etusivun muu sisältö

Sivulla on karttakollaasi, jossa Suomen karttaan on merkitty Enonkoski. Lisäksi sivulla on kartta Enonkosken keskustasta, johon Wanha Kauppa merkitty.

Kuvia Wanhasta Kaupasta, jotka avautuvat linkin takaa.



Etusivu

Vapaat liiketilat

Neuvottelu- ja saunatila Kellari

Wanhan Kaupan Yrittäjät

Wanhan Kaupan historia

Enonkoski

Uutiset

Postituslista

Albumi

Tietoa yrittäjälle

Yhteystiedot

Ota yhteyttä

on Etelä-Savossa, Enonkosken kirkonkylässä sijaitseva pieni liikekeskus. Talossa toimii tällä hetkellä neljä hyvinvointipalveluja tarjoavaa yritystä. Kiinteistössä on myös vuokrattavana yksi liiketila. Talon maanalaiseen kerrokseen on valmistumassa neuvottelu- ja saunatila Kellari, jota on mahdollista vuokrata esimerkiksi yhdistysten ja yritysten kokouksiin sekä yksityisiin perhejuhliin.

Kiinteistön osoite

Wanha Kauppa
Enonkoskentie 14T
58175 Enonkoski

Linkki sisältösivulta ”Etusivu” - Wanhan Kaupan historia

Wanha Kaupan historia

Wanhan Kaupan nimi on peräisin talon historiasta. Rakennuksen ensimmäinen osa on rakennettu vuonna 1959 myymälä- ja asuinrakennukseksi Itä-Savon Osuusliikkeen (nykyisin Suomen Lähikauppa Oy, entinen Tradeka Oy) Enonkosken kirkonkylän toimipisteeksi.

Kiinteistössä oli kolme kerrosta. Alhaalla oli kellari, jossa sijaitsivat kaupan varastotilat sekä asuinhuoneistoihin liittyvät pesu- ja saunatilat. Keskikerroksessa eli katutasossa olivat kaupan tilat ja toisessa kerroksessa kaksi pientä asuntoa.

Rakennusta laajennettiin 1970-luvulla matalalla siivellä, jolloin kaupan käytössä olevan myymälätilan pinta-ala kasvoi merkittävästi.

Kaupan toiminta loppui 2000-luvun vaihteessa, jonka jälkeen myymälän tilat jäivät tyhjilleen ja ainoastaan rakennuksen pienistä asuinhuoneistoista yhdistetty yksi huoneisto jäi vuokrakäyttöön.

Wanhan Kaupan syntyminen

Wanhan Kaupan uusi elämä sai alkunsa, kun kiinteistö siirtyi yksityiseen omistukseen tammikuussa 2002. Kiinteistön tilojen markkinointi aloitettiin vaatimattomasti rakennuksen ikkunoihin kiinnitetyin ilmoituksin ”vuokrataan liiketilaa remontoituna”. Talon uuden ajan ensimmäinen yritys, hius- ja kauneushoitola Olivia, muutti taloon toukokuussa 2003. Wanha Kauppa oli syntynyt.



Wanha Kauppa

Enonkoski

[Etusivu](#)[Vapaat liiketilat](#)[Neuvottelu- ja saunatila Kellari](#)[Wanhan Kaupan Yrittäjät](#)[Keskustelupalsta](#)[Kuva-albumi](#)[Tietoa yrittäjälle](#)[Yhteystiedot](#)[Ota yhteyttä](#)

Wanha Kaupan historia

Wanhan Kaupan nimi on peräisin talon historiasta. Rakennuksen ensimmäinen osa on rakennettu vuonna 1959 myymälä- ja asuinrakennukseksi Itä-Savon Osuusliikkeen (nykyisin Suomen Lähikauppa Oy, entinen Tradeka Oy) Enonkosken kirkonkylän toimipisteeksi.

Kiinteistössä oli kolme kerrosta. Alhaalla oli kellari, jossa sijaitsivat kaupan varastotilat sekä asuinhuoneistoihin liittyvät pesu- ja saunatilat. Keskikerroksessa eli

Kiinteistön osoite

Wanha Kauppa
Enonkoskentie 14T
58175 Enonkoski

Linkki sisältösivulta "Etusivu" - Enonkoski

Enonkoski

on vuonna 1882 perustettu maaseutukunta Etelä-Savossa, lähellä Savonlinnaa. Kunta sijaitsee Saimaan rannalla ja se luetaan saaristokunnaksi. Enonkoskella tarjoaa kattavat peruspalvelut ja hyvät liikenneyhteydet (etäisyys Savonlinnan keskustaan 33 km ja Savonlinnan lentokentälle noin 18 km kirkonkylän keskustasta).

Enonkoskella on tällä hetkellä noin 1677 (2007/2008) asukasta ja kunnan kokonaispinta-ala on noin 452 km², josta maapinta-alaa on noin 323 km² ja vesistöä noin 129 km². Rantaviivaa kunnassa on 840 km, josta suojeltua noin 26 %.

Lisätietoa kunnasta löydät Enonkosken kunnan [omilta sivuilta](#).

Linkki sisältösivulta "Etusivu" - Uutiset

10.09.2009

Artikkeli: Palvelumuotoilu yksityisen liikekiinteistösi-
tämisen tukena. Uusi mahdollisuus sijoitustoimintaan
maaseudulla.

Linkki sisältösivulta "Etusivu" - Postituslista



Etusivu

Vapaat liiketilat

Neuvottelu- ja saunat

Keskustelupalsta

Kuva-albumi

Tietoa yrittäjäl

Enonkoski

on vuonna 1882 perustettu maaseutukunta Etelä-Savossa, lähellä Savonlinnaa. Kunta sijaitsee Saimaan rannalla ja se luetaan saaristokunnaksi. Enonkoskella tarjoaa kattavat peruspalvelut ja hyvät liikenneyhteydet (etäisyys Savonlinnan keskustaan 33 km ja Savonlinnan lentokentälle noin 18 km kirkonkylän keskustasta).

Enonkoskella on tällä hetkellä noin 1677 (2007/2008) asukasta ja kunnan kokonaispinta-ala on noin 452 km², josta maapinta-alaa on noin 323 km² ja vesistöä noin 129 km². Rantaviivaa kunnassa on 840 km, josta suojeltua noin 26 %.

Lisätietoa kunnasta löydät Enonkosken kunnan [omilta sivuilta](#).

Uutiset

10.09.2009

Artikkeli: Palvelumuotoilu yksityisen liikekiinteistösi-
tämisen tukena. Uusi mahdollisuus sijoitustoimintaan
maaseudulla.

Postituslista

Liity postituslistalle alla olevalla lomakkeella.

Sähköpostiosoite:

Liity listalle

Sisältösivu ”Vapaat liiketilat”

Vapaat liiketilat

Wanhassa Kaupassa on tällä hetkelle vapaana yksi katutason liikehuoneisto, pinta-alaltaan noin 80 m². Huoneisto remontoidaan ennen käyttöönottoa ja sen varusteluun sekä sisustusratkaisuihin vuokralaisella on mahdollisuus vaikuttaa. Tällä hetkellä tilassa toimii väliaikaisesti rakennustarvikkeiden kirpputori, Raksa-Kirppis.

Lisätietoja tilasta saat soittamalla, sähköpostilla sekä jättämällä viestisi näiltä sivuilta löytyvän ”ota yhteyttä” linkin kautta.

Tervetuloa yrittäjäksi Wanhaan Kauppaan!

Yhteystiedot

Olavi Nyrhinen
puhelin 0400 655 532

Laura Saarela
puhelin 050 3380 955
sähköposti lauralotta.saarela@gmail.com



[Etusivu](#) [Vapaat liiketilat](#) [Neuvottelu- ja saunatila Kellari](#) [Wanhan Kaupan Yrittäjät](#)
[Keskustelupalsta](#) [Kuva-albumi](#) [Tietoa yrittäjälle](#) [Yhteystiedot](#) [Ota yhteyttä](#)

Vapaat liiketilat

Wanhassa Kaupassa on tällä hetkelle vapaana yksi katutason liikehuoneisto, pinta-alaltaan noin 80 m². Huoneisto remontoidaan ennen käyttöönottoa ja sen varusteluun sekä sisustusratkaisuihin vuokralaisella on mahdollisuus vaikuttaa. Tällä hetkellä tilassa toimii väliaikaisesti rakennustarvikkeiden kirpputori, Raksa-Kirppis.

Lisätietoja tilasta saat soittamalla, sähköpostilla sekä jättämällä viestisi näiltä sivuilta löytyvän ”ota yhteyttä” linkin kautta.

Tervetuloa yrittäjäksi Wanhaan Kauppaan!

Yhteystiedot

Olavi Nyrhinen
puhelin 0400 655 532

Laura Saarela
puhelin 050 3380 955
sähköposti lauralotta.saarela@gmail.com

Kiinteistön osoite

Wanha Kauppa
Enonkoskentie 14
58175 Enonkoski

Uutiset

10.9.2009
Artikkeli: Palvelu
yksityisen
liikekiinteistösjoi-
tukena. Uusi mah-
sijoitustoimintaar-
syrjäseuduilla.
[Lue lisää »](#)

Sisältösivu "Neuvottelu- ja saunatila Kellari"

Neuvottelu- ja saunatila Kellari

Wanhan Kaupan kellariin on suunnitteilla neuvottelu- ja saunatila Kellari. Tila tulee palvelemaan sekä talon omia yrittäjiä että talon ulkopuolisia. Kellaria on mahdollista vuokrata mm. yhdistysten kokouksia, yritysten virkistystilaisuuksia sekä yksityisiä perhejuhlia varten.

Tilasta tulee löytymään neuvottelutila noin 12 henkilölle, wc sekä saunaosasto (sauna ja pukuhuone). Projekti on vielä suunnitteluasteella mutta tiedotamme projektin edistymisestä näillä sivuilla. Otamme mielellämme vastaan toiveita ja ehdotuksia aiheeseen liittyen - puhelimitse, sähköpostitse ja näiltä sivuilta löytyvän "ota yhteyttä" linkin kautta.

Sisältösivu "Wanhan Kaupan yrittäjät"

Wanhan Kaupan Yrittäjät

Wanhan Kaupan kiinteistössä toimii tällä hetkellä neljä yritystä. Tutustu yrityksiin ja heidän tarjoamiinsa palveluihin "Wanhan Kaupan Yrittäjät" alta löytyvien, yritysten omien sivujen kautta.

Tervetuloa palveltavaksi Wanhaan Kauppaan!

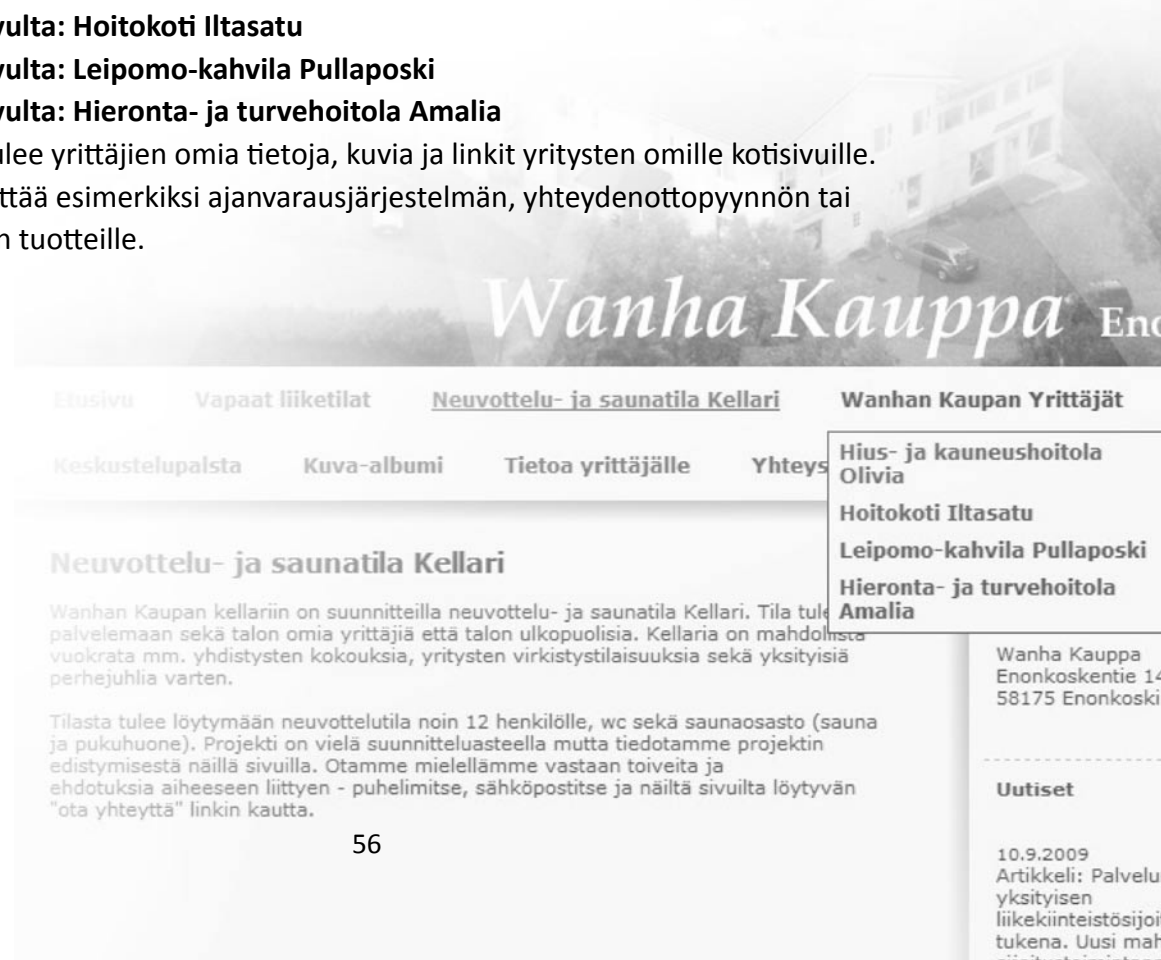
Linkki sisältösivulta: Hius- ja kauneushoitola Olivia

Linkki sisältösivulta: Hoitokoti Iltasatu

Linkki sisältösivulta: Leipomo-kahvila Pullaposki

Linkki sisältösivulta: Hieronta- ja turvehoitola Amalia

Näille sivuille tulee yrittäjien omia tietoja, kuvia ja linkit yritysten omille kotisivuille. Sivustolle voi liittää esimerkiksi ajanvarausjärjestelmän, yhteydenottopyynnön tai tilauslomakkeen tuotteille.



Sisältösivu

”Keskustelupalsta”

Avoim keskustelumahdollisuus Wanhan Kaupan asiakkaille ja muulle yleisölle. Salasanalla suojattu keskustelupalsta Wanhan Kaupan yrittäjille ja omistajalle sekä muille luottohenkilöille.

Sisältösivu ”Kuva-albumi”

Kuvia Wanhasta Kaupasta ja sen ympäristöstä

Sisältösivu ”Tietoa yrittäjälle”

Tietoa ja hyödyllisiä linkkejä sekä alkavalle että kokeneemmallekin yrittäjälle. Sivulle on koottu tehtävälista aloittavalle yrittäjälle ja linkkejä erilaisille, yrittäjälle tärkeille sivuistoille sekä lomakkeille ja oppaille.

Linkki sisältösivulta ”Tietoa yrittäjälle” - Wanhan Kaupan palvelut yrittäjälle



Etusivu Vapaat liiketilat Neuvottelu- ja saunatila Kellari Wanhan Kauppa
Keskustelupalsta Kuva-albumi Tietoa yrittäjälle Yhteystiedot Ota yhteyttä

Keskustelu

[Uusi viesti »](#)

Aihe	Lähettäjä	Vastauksia	Viimeisin viesti
------	-----------	------------	------------------

Kuva-albumi

[Avaa albumi omaan ikkunaan »](#)

Etusivu Vapaat liiketilat Neuvottelu- ja saunatila Kellari Wanhan Kauppa
Keskustelupalsta Kuva-albumi Tietoa yrittäjälle Yhteystiedot Ota yhteyttä

Wanhan Kaupan palvelut yrittäjälle

Tietoa yrittäjälle

Aloittava yrittäjä

Tehtävälista

- liikeidean ja liiketoimintasuunnitelman kehittäminen
- rahoitustarpeen kartoittaminen ja julkisen rahoituksen hakeminen
- yhtiömuodon valinta
- sopivan taloushallintoratkaisun löytäminen
- yrityksen visuaalisen ilmeen suunnittelu

Hyödyllisiä linkkejä

Starttiraha

[Liiketoimintasuunnitelma, rahoitus, kannattavuus](#)

[Yrittäjämuodot, kirjanpito, verotus, eläkkeet ja vakuutukset](#)

Finnvera

Aloittavan yrittäjän kysymyksiä arvonnäkövetoa

”Tietoa yrittäjälle” sisältösivun linkkilista

Hyödyllisiä linkkejä

Starttiraha

Liiketoimintasuunnitelma, rahoitus, kannattavuus

Yritysmuodot, kirjanpito, verotus, eläkkeet ja vakuutukset

Finnvera

Aloittavan yrittäjän kysymyksiä arvonlisäverosta

Uuden yrittäjän vero-opas

Tärkeitä linkkejä yrittäjälle

Verotus

Vero

Veroprosenttilaskuri

Valvontailmoitus ja työnantajasuoritusten maksaminen

Veronmaksajat

Arvonlisäverollisen opas

Verolomakkeet

Valvontailmoituslomake

Oma-aloitteisten verojen maksulomake

Arvonlisäveron tilinsiirtolomake

Työnantajasuoritusten tilisiirtolomake

Rahoitus

Finnvera

TE-keskus

Pääomasijoittajat

Sitra

Tekes

rahoitus
verotus
yrittäjyys

Pankit

Osuuspankki
Nordea
Sampo
Valuuttalaskuri

Yrittäjät

YTJ Yritys- ja yhteisötietojärjestelmä
Suomen Yrittäjät
Etelä-Savon Yrittäjät
Enonkosken Yrittäjät
Työ- ja elinkeinoministeriö
PRH Patentti- ja rekisterihallitus
Elinkeinoelämän keskusliitto EK

Eläke ja työttömyys

ETK Eläketurvakeskus
SYT Suomen Yrittäjien Työttömyyskassa
AYT Ammatinharjoittajien ja yrittäjien työttömyyskassa
YEL ja TyEL Eläke-Fennian opas
Yrittäjän YEL-vakuutus, Ilmarinen
Työnantajan TyEL-vakuutus, Ilmarinen

Muita linkkejä (tulossa)

Mainonta
Tilitoimisto
Palkanlaskenta
Vakuutus

Sisältösivu ”Ota yhteyttä”



[Etusivu](#) [Vapaat liiketilat](#) [Neuvottelu- ja saunatila Kellari](#) [Wanhan](#)
[Keskustelupalsta](#) [Kuva-albumi](#) [Tietoa yrittäjälle](#) [Yhteystiedot](#)

Yhteydenottolomake

Nimi

Puhelinnumero

Sähköpostiosoite

Palaute

5 YKSITYISEN LIIKEKIINTEISTÖSIJOITTAMISEN TULEVAISUUS

5.1 Tulevaisuuden tilat ja liiketoimintaympäristö

Onko toimitilojen arvo yritykselle negatiivinen vai positiivinen? Toimitilojen merkitys yritykselle ei ole milloinkaan neutraali vaan joko plus- tai miinusmerkkistä.⁴⁹ Jaana Hyvärinen Taideteollisen Korkeakoulun Future Home Institutesta⁵⁰ ennustaa tulevaisuuden teemoja, joilla voi olla vaikutuksia myös tulevaisuuden tila-käsityksiin ja liiketoimintaympäristöihin. Hyvärisen ensimmäinen teema on uusyhteisöllisyys, jossa verkko tarjoaa itseilmaisulle uusia mahdollisuuksia. Fyysisen ja virtuaalisen läsnäolon ja yhteisön raja hämärtyy. Tämä on jo mielestäni nähtävissä joissakin verkkokaupoissa, joissa kulutushyödykkeiden ostamisen lisäksi on mahdollista luoda itselleen erityinen käyttäjäprofiili, jonka avulla voi vaihtaa kokemuksia ja keskustella muiden samoista hyödykkeistä tai palveluista kiinnostuneiden kanssa (esimerkkinä kansainvälisen jalkapalloilun kattojärjestön, FIFA:n kotisivut).

Toisena teemana Hyvärinen esittää täsmäelämää, jossa toteutuu vuorovaikutuksen reaaliaikaisuus ja tarvittavan informaation reaaliaikainen hankkiminen ja välitön hyödyntäminen⁵⁰. Esimerkkinä voisi mielestäni pitää muun muassa internetin Google-hakupalvelua, jossa tietoa haetaan sitä tarvittaessa ja se on välittömästi haun jälkeen hyödynnettävissä. Tieto on jatkuvasti päivittyvää ja tiukasti ajassa, mutta myös valvomatonta ja vaatii käyttäjältään kykyä suodattaa tiedosta olennainen.

Kolmantena teemana Hyvärinen nostaa esiin multi-taskingin, joka on usean asian yhtäaikaista suorittamista ja sitä tukevia tilakonsepteja⁵⁰. Hektisinä ja jo kauan käytössä olleena esimerkkinä pidän esimerkiksi pörssisalia, jossa eri lähteet (tietokoneet, televisio, puhelin) välittävät reaaliaikaista informaatiota maailman taloudentilasta ja yritysten osakkeiden käyttäytymisestä. Pienemmässä mittakaavassa multi-taskingia on myös esimerkiksi internetin, muistiinpanovälineiden ja puhelimen yhtäaikainen käyttäminen työpisteen ääressä.

future?

⁴⁹ Tekes 1, 2009

⁵⁰ Tekes 2, 2009

Neljäntenä ja viimeisenä Hyvärinen esittää tilakäsityksen ja arjen käytäntöjen muuttumista uusien käyttöliittymien ja jokapaikan tietotekniikan vaikutuksesta⁵⁰. Mielestäni tämä on nähtävissä mm. Helsinki-Vantaan lentokentän ulkomaanterminaalissa, jossa lähtöaulaa hallitsee rivi lähtöselvitysautomaatteja. Niiden avulla matkustaja voi itse huolehtia matkansa lähtöselvityksestä ja nopeuttaa matkantekoa. Perinteiset lähtöselvitystiskit löytyvät tilasta myös, mutta automaattit lisäävät lähtöselvityspalvelun kapasiteettia ja vievät huomattavasti vähemmän tilaa.

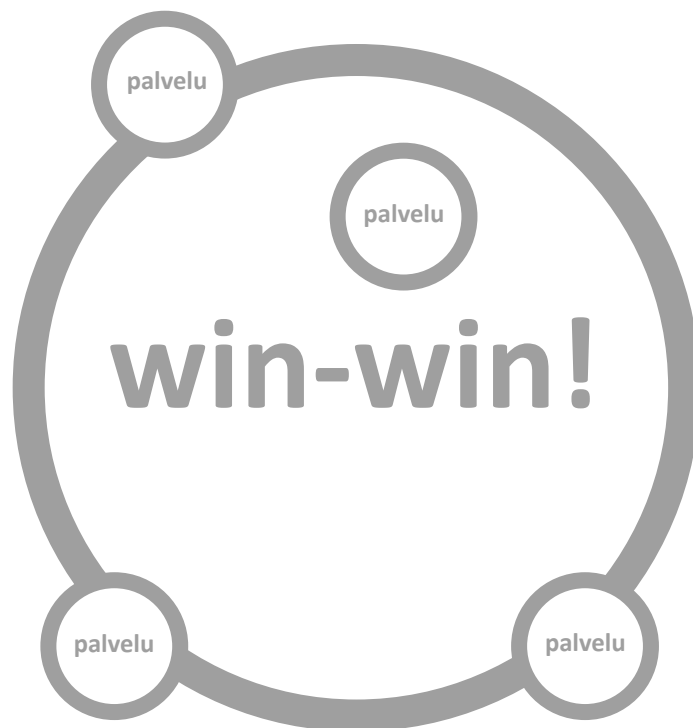
Kaikki edellä mainitut tulevaisuuden teemat ovat jo nähtävissä tämän päivän liike-elämässä ja niiden vaikutus tulee todennäköisesti entisestään vahvistumaan. Tästä syystä nämä seikat on myös kyettävä ottamaan huomioon yksityisessä liikekiinteistösijoittamisessa, kun tilojen käyttöä suunnitellaan ja niiden mahdollisuuksia kartoitetaan. Kuitenkin on myös huomioitava, että kaikilla aloilla esimerkiksi verkon tuomia mahdollisuuksia ei pystytä hyödyntämään yrityksen ydinosaamisalueella, kuten useilla palvelualoilla (esimerkiksi kampaamossa). Verkon mahdollisuuksia pystytään kuitenkin näissäkin tapauksissa hyödyntämään esimerkiksi palvelun tukitoiminnoissa (esimerkkinä ajanvaraus Internetissä) ja markkinoinnissa.

Lisäarvoa tulevaisuuden tilalle tuo myös se, jos kiinteistökehityshankkeiden suunnittelussa ja toteutuksessa toimitaan vastuullisen toiminnan näkökulmasta ja otetaan huomioon ympäristöystävälliset käytännöt. Vastuullisuus on monella alalla jo arkipäivää, mutta liikekiinteistöhankeissa sen merkitystä ei ole vielä täysin huomioitu. Vanhojen liikekiinteistöjen perusparannushankkeissa ympäristöystävällisyys on mahdollista ottaa huomioon mm. materiaali- ja tekniikkavalintoja tehdessä. Lisäksi näissä kohteissa vastuullisuus on huomioitu luontevasti jo hankkeen peruslähtökohdissa: vanhan kunnostaminen ja nykyaikaistaminen kuormittaa ympäristöä huomattavasti vähemmän kuin aivan uuden rakentaminen.

⁵⁰ Tekes 2, 2009

5.2 Palvelumuotoilun hyödyntäminen tilapalveluiden innovoinnissa

Tilapalveluiden innovoinnissa on mahdollisuus hyödyntää palvelumuotoilun metodeja monella eri tavalla, näkökulmasta riippuen. Tavoitteena voi pitää esimerkiksi toimivan palvelukokonaisuuden laatimista usean pienen yrittäjän muodostamaan liikekeskukseen. Tällöin tiloja hallinnoiva taho eli omistaja voi tarjota yritysten tueksi yhteistyökumppaneiden kautta muun muassa taloushallinnon, osa-aikaisen työvoiman tai markkinoinnin palveluita. Palvelukokoisuuksia määrätietoisesti kehittämällä voidaan rakentaa strategisia kumppanuuksia vuokralaisten kanssa ja luodaan molemminpuolista hyötyä tuottavia win-win -asetelmia. Kaiken kaikkiaan tilojen vuokraaminen on omistajalle helpompaa, jos vuokralaiselle pystytään tarjoamaan valmis palvelukokonaisuus, joka luo sille kannattavan liiketoiminnan mahdollisuudet.



6 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Oikealla tahtotilalla suomalaista maaseutua on mahdollista kehittää. Alueellistamispäätökset kertovat valtion myönteisestä suhtautumisesta syrjäseutujen kehittämiseen ja antavat toivoa alueiden asukkaille ja yrittäjille. Yrittäjyys ja sen tukeminen ovat avainasemassa – alueiden käynnistävällä kehittämisellä voidaan tietoisesti vaikuttaa uusien ja toimivien yritysten syntyyn ja kasvuun puuttumatta niiden liiketoiminnan perustekijöihin. Kattavalla ja monipuolisella toimitilojen tarjonnalla yritysten toimintaedellytyksiä voidaan parantaa ja tässä työssä yksityiset liikekiinteistösijoittajat voivat mielestäni toimia merkittävänä tekijänä.

Palvelumuotoilun menetelmät soveltuvat oikein valittuina yksityisen liikekiinteistösijoittamisen kannattavuuden ja tuottavuuden parantamiseen. Palvelumuotoilun tavoitteena on kehittää palveluja, jotka ovat hyödyllisiä, käytettäviä, johdonmukaisia ja haluttavia (asiakkaan näkökulma) sekä tuloksellisia, tehokkaita ja erottuvia (palveluntuottajan näkökulma).⁵¹ Esimerkkejä toimivista palvelukonsepteista eri liiketoiminnan alueilla on runsaasti ja myös asuntorakentamisen alalla Suomessa (Moor-konsepti). Vastaavaa toimintamallia tai palvelutyökalua ei kuitenkaan ole vielä kehitetty vapaaseen käyttöön liiketilojen hallinnoimisen ja kehittämisen alueelle.

Tässä tutkimuksessa hyödynsin palvelumuotoilutyöni tukena Engine Groupin⁵² käyttämää, kolmen vaiheen prosessia. Ensimmäisessä vaiheessa, havainnoinnissa, tutustutaan projektin kohteena olevaan yritykseen, heidän käyttämäänsä liiketoimintamalliin ja markkinaan, jolla yritys toimii. Lisäksi tutustutaan yrityksen palvelun tarjoajiin ja niiden loppukäyttäjiin. Havainnoinnin tarkoituksena on selvittää, miltä onnistunut lopputulos tulee näyttämään ja laatia lista avainkysymyksistä ja haasteista, joita projektin kuluessa tullaan kohtaamaan. Tämä havainnoin prosessi toteutui Wanhan Kaupan tapaustutkimuksessa palvelumuotoilun metodia osallistuminen (engl. path to participation) apuna käyttäen. Osallistuin kiinteistön päivittäiseen toimintaan kesän 2009 aikana monin eri tavoin, jolloin talon toiminnot ja yrittäjien asiakaskunta tulivat tutuiksi. Oikean tunnelman ja todellisuuden ymmärtämisistä helpottivat myös tekemäni

⁵¹ Koivisto, 2007, 69-70

⁵² Enginegroup, 2009

muotoilijan teemahaastattelut, joiden avulla sain selkeän ja realistisen kuvan yrittäjän arjesta kiinteistössä. Tärkeimmäksi avainkysymykseksi ja haasteeksi talon tulevaisuuden määrittämisen sekä palvelumuotoilun työkalun kannalta nousi esiin talon yhtenäisen brändin rakentaminen ja siihen liittyvän brändiprosessin kehittäminen.

Brändistrategia on olennainen osa yrityksen liiketoimintastrategiaa⁵³ ja tässä tapauksessa yksityisen liikekiinteistösijoittajan liiketoimintastrategiaa. Brändistrategian piiriin kuuluvat kaikki yrityksen, tässä tapauksessa liikekiinteistön, kommunikointiin liittyvä markkinointi, markkinointiviestintä, myynti, PR, yhteiskunta- ja mediasuhteet, design (graafinen suunnittelu, teollinen muotoilu jne.), arkkitehtuuri, sisustussuunnittelu ja digiviestintä (mobiilit kommunikointikeinot, internet-sivut, ekstrasnet, intranet, internet-kaupparatkaisut, virtuaaliset työskentelyfoorumit jne). Brändistrategian piiriin kuuluvat myös juridiikka, tietohallinto ja monet muut osaamisen alueet.

Palvelumuotoiluprosessin toinen vaihe, rakentaminen, alkaa systemaattisella, uutta luovalla vaiheella, jonka aikana käsitteellistetään ja visualisoidaan tulevia palveluja, usein muotoilutyöpajoissa yhdessä asiakasyrityksen ja heidän asiakkaidensa kanssa. Seuraavaksi palvelumalli rakennetaan ja sitä testataan. Ideoita ja ehdotuksia jalostetaan ja niiden todellista käyttökykyä arvioidaan ja testataan mahdollisimman pitkälle. Tässä prosessin toisessa vaiheessa olen käyttänyt apuna sovellettua mallia metodista jaettu skenaario-aivoriihi (engl. Distributed Scenario Brainstorm, DSB). Tätä metodia käytetään palvelumuotoilun luovien mahdollisuuksien kehittämisessä. Oma sovellukseni metodista riisui siitä aluksi termin ”skenaario” ja jätti jäljelle termin ”jaettu aivoriihi”, jota toteutin yhteistyössä talon yrittäjien kanssa käytyjen teemahaastattelun ja myös muissa yhteyksissä käytyjen keskustelujen aikana. Näiden ajatustenvaihtojen johtopäätöksenä ja seurauksena ajatuksiini muotoutui malli internet-pohjaisesta palvelumuotoilun työkalusta.

Kolmantena vaiheena palvelumuotoiluprosessissa on eläytyen mittaaminen, jolla tarkoitetaan palvelun tehokkuuden ja hyötysuhteen sekä sen haluttavuuden, käyttökelpoisuuden ja käytettävyyden mittaamista. Tämä on palvelumuotoiluprosessin kriittinen vaihe, josta saadulla palautteella tuetaan

⁵³ Koskinen, 2009

palvelun kehitystä. Metodina tässä tutkimukseni vaiheessa toimi palvelun prototyypin kehittäminen (engl. Service Prototyping), jossa palvelusta, tässä tapauksessa internet-pohjaisesta palvelumuotoilun työkalusta, kehitettiin ja valmistettiin kevyt prototyyppi käyttöliittymän ja sivuston sisällön luonnostelun avulla. Prototyyppi visualisoi sivuston rakennetta, toimintoja ja sisältöä. Prototyypin avulla voidaan selvittää palvelun tehokkuutta ja hyötysuhdetta sekä mitata sen haluttavuutta, käyttökelpoisuutta ja käytettävyyttä.

Tällä hetkellä tämä palvelumuotoilun metodeja hyödyntäen rakennettu prototyyppi toimii tapaustutkimuksen kohteen eli Wanhan Kaupan omina kotisivuina ja toimivan brändistrategian kehityksen kulmakivenä. Mielestäni palvelumuotoiluprosessin kolmivaiheinen toteutus toimi tässä työssä tavoitteiden mukaisesti: se toi esiin kiinteistön nykyhetken ja tulevaisuuden avainkysymykset ja haasteet, synnytti idean internet-pohjaisesta palvelumuotoilun työkalusta ja auttoi prototyypin sisällön kehitystyössä.

Toistaiseksi palvelumuotoilutyökalun prototyyppi toimii vain yhden kohteen eli Wanhan Kaupan kehittämisen työkaluna. Tulevaisuuden tavoitteenani on prototyypin avulla kehittää internet-sivustomalli, jonka avulla myös muut yksityiset, liikekiinteistöjä omistavat tahot voivat kehittää kiinteistönsä toimintaa ja parantaa liiketoimintaansa. Mielestäni olennaisimpia asioita sivustossa on niiden mahdollisuus yhteistyön ja tiedonkulun edistäjänä sekä talon sisällä että ulkoisesti. Myös sivuston toimiminen liiketoiminnan, sekä kiinteistön omistajan että talon yrittäjien, brändistrategian tukena on merkittävä hyöty. Kiinteistöjen vetovoima ja toimivuus voivat parantua yhtenäisen brändin avulla ja tässä kehitystyössä voi kehittämäni malli toimia yksityisen liikekiinteistösijoittajan apuna.

LÄHTEET

Grönroos, Christian (1998). Nyt kilpaillaan palveluilla. Englanninkielinen alkuteos: Service Management and Marketing Managing the Moments of Truth in Service Competition. Suomentaja Maarit Tillman. Helsinki: WSOY.

Hartio, Ilkka (2009). Valtio alueellistaa jopa 8000 työpaikkaa. Sanomalehtiartikkeli, julkaistu 6.9.2009. Jyväskylä: Keskisuomalainen.

Hirsjärvi, Sirkka – Remes, Pirkko – Sajavaara, Paula (1997). Tutki ja kirjoita. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

KELA (2009). Palvelupolku perheille. Artikkel, julkaistu Elämässä-lehden numerossa 3/2009. Julkaisija KELA.

Kiinteistön kauppakirja (2002).

Kinnunen, Ritva (2003). Palvelujen suunnittelu. Helsinki: WSOY.

Koivisto, Mikko (2007). Mitä on palvelumuotoilu? Muotoilun hyödyntäminen palvelujen suunnittelussa. Taiteen maisterin lopputyö. Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu.

Laukkanen, Mauri (2006). Yritykset tervetuloa! Kehittämistoimi seututalouden käynnistäjänä. Talentum Media Oy. Tampere: Tammer-Paino Oy.

Saffer, Dan (2007). Designing for Interaction. Creating Smart Applications and Clever Devices. Berkeley: New Riders.

Salminen, Petra (2006). Design management palvelutoimitilojen suunnittelussa ja hallinnassa. Julkaisu, 31 lehteä. Pori: Turun kauppakorkeakoulu, Porin yksikkö.

Vesikallio, Johanna (2009). Lääkelaitoksen suunniteltu siirto Kuopioon jakaa hallitusta. Sanomalehtiartikkeli , julkaistu 19.1.2009. Jyväskylä: Keskisuomalainen.

INTERNETLÄHTEET

Brändin rakentamisen ABC (2009). http://www.jarikoskinen.org/pakki/abc_suom.pdf, haettu 23.8.2009

CityCarClub (2009). Autojen yhteiskäyttöpalvelu.
http://www.citycarclub.net/page.php?id_page=3, haettu 27.3.2009

Emergence 2007 (2009). Exploring the boundaries of service design.
<http://www.design.cmu.edu/emergence/2007/program/designing-the-service-experience>, haettu 26.3.2009

Enginegroup (2009). Enginen käyttämiä palvelumuotoilun metodeja.
http://www.enginegroup.co.uk/service_design/methods, haettu 23.1.2009

Laurea AMK (2009). Degree Programme in Service Innovation and Design.
http://www.laurea.fi/internet/en/01_studies_and_applying/01_Group/01_Degree_Programmes/02_Master_Programmes/02_Master_Programmes/11_Service_Innovation_and_Design/index.jsp, haettu 26.3.2009

Maallemuutto.info (2009). Kyläkaupan kohtalon kysymyksiä.
<http://www.maallemuutto.info/default.asp?sivu=546&alasivu=662&kieli=246>, haettu 22.1.2009

Maaseudulle asumaan (2009). Maaseudulle asumaan –hanke edistää maaseudulla asumista ja maaseudun elinvoimaisuutta Pirkanmaalla.
<http://www.maaseudulleasumaan.fi/navigointi.htm>, haettu 22.1.2009

Moor (2009). Moor-konsepti. Yksilöllisen rakentamisen mahdollistava konsepti.
<http://www.moor.fi/index.html>, haettu 21.1.2009

Palvelumuotoilu.fi (2009). Palvelumuotoilijoiden yhteisö.
<http://www.palvelumuotoilu.fi/>, haettu 18.3.2009

Seligson & Co (2009). Osakemarkkinoiden tuotto-odotus.
http://www.seligson.fi/suomi/sijoitustieto/tiedostot/osakesijoitusten_tuotto.htm,
haettu 18.8.2009

Service Design Network (2009). Palvelumuotoilijoiden yhteisö.
<http://www.service-design-network.org/>, haettu 18.3.2009

Tekes 1 (2009). Tila-ohjelma.
<http://akseli.tekes.fi/opencms/opencms/OhjelmaPortaali/ohjelmat/Tila/fi/etusivu.html>, haettu 21.1.2009

Tekes 2 (2009). Muuttuvat tilat muuttuvassa liiketoimintaympäristössä.
<http://akseli.tekes.fi/opencms/opencms/OhjelmaPortaali/ohjelmat/Tila/fi/system/tapahtuma.html?id=1422&nav=Tapahtuma> , haettu 21.1.2009

HAASTATTELUT

Hanna Lappalainen, hius- ja kauneushoitola Olivia, Enonkoski, 8.6.2009

Sari Kutvonen, kahvila-leipomo Pullaposki, Enonkoski, 9.6.2009

Satu Heiskanen, hoitokoti Iltasatu, Enonkoski, 30.6.2009

Armi Asikainen, hieronta- ja turvehoitola Amalia, Enonkoski, 30.6.2009

Pirjo ja Olavi Nyrhinen, Enonkoski, 9.8.2009

LIITTEET

LIITE 1

TAUSTAKYSYMYKSET HAASTATETAVILLE

ikä

perhesuhteet

koulutus

aiempi kokemus yrittäjänä

yrittäjyyden tarina – miksi olet yrittäjänä juuri Enonkoskella ja tässä kiinteistössä

HAASTATTELUKYSYMYKSET WANHAN KAUPAN YRITTÄJILLE

Palvelut

Mitä palveluja tarjoat asiakkaillesi?

Mitä palveluja haluaisit lisäksi tarjota asiakkaillesi tulevaisuudessa?

Yhteistyö Wanhassa Kaupassa

Millaisena koet kiinteistössä toimivien yrittäjien yhteistyön?

Onko sitä?

Haluaisitko lisätä ja parantaa sitä?

Miten?

Miten yhteistyö kiinteistön omistajan kanssa on sujunut?

Mitä toivot tulevalta yhteistyöltä?

Wanhan Kaupan tyhjillään olevat tilat

Kiinteistössä on tällä hetkellä kaksi tyhjillään olevaa tilaa: liiketila ja kellarin saunaosasto. Oletko kiinnostunut hyödyntämään tiloja liiketoiminnassasi?

Jos vastaus on kyllä: miten haluaisit tiloja hyödyntää?

Jos vastaus on ei: onko sinulla ajatuksia tilojen tulevaisuudesta?

Liiketila: millaisen tai millaisia uusia yrittäjiä toivot tiloihin tulevan? Entä millaista yrittäjää et tiloihin halua?

Kellari: jos tila kunnostetaan kokous- ja saunatilaksi, oletko kiinnostunut sen käytöstä ylläpitokustannuksia vastaavaa, pientä korvausta vastaan (esimerkiksi 3 euroa/henkilö)? Jos et ole itse kiinnostunut, uskotko paikkakunnalta löytyvän yleistä kiinnostusta (esimerkiksi järjestöt, perhejuhlat, tapahtumat)?

Kiinteistön ulkotilat

Miten koet kiinteistön piha-alueet toimivat?

Miten pysäköinti toimii?

Millainen pihan ulkonäkö on?

Miten piha toimii käytössä?

Onko sinulla ideoita pihan varalle?

Kiinteistön julkisivu

Miten julkisivun mainonta toimii?

Toivotko parannuksia julkisivuun?

Esim. rappauksen värin uusiminen (kellertävä kylän muiden rakennusten mukaan)?

Esim. sisäänkäyntien yhtenäistäminen (ovien maalaaminen samaan väriin, valkoinen)?

Kiinteistön asema kylässä

Mikä kiinteistön asema kylässä mielestäsi on?

Onko se kokoontumispaikka?

Miten kyläläiset ja asiakkaat suhtautuvat sinuun yrittäjänä?

Mitä parannusehdotuksia olet saanut asiakkailtasi? Entä kritiikkiä?

Mitä mieltä olet kiinteistön brandaamisesta eli nimeämisestä ja sen määrätietoisesta kehittämisestä tietynlaiseksi ”tuotteeksi”?

Kiinteistön ylläpito ja huolto

Miten kiinteistön huolto ja ylläpito on toiminut?

Mitä toiveita sinulla on kiinteistön huoltoa ja ylläpitoa koskien?

Huollon ja ylläpidon tulevaisuus: käykö tehtävään ulkopuolinen, palkattu talonmies tai kiinteistöhuoltoyritys?

Kiinteistön toiminta ja palvelut

Käytätkö internettiä oman yrityksesi mainonnassa tai toiminnassa?

Olisitko kiinnostunut kiinteistön omasta verkkopalvelusta, jonka kautta voisit esim. hoitaa kiinteistön huoltoon ja ylläpitoon liittyviä asioita, keskustella muiden yrittäjien ja omistajan kanssa, osallistua yrittäjien ja kiinteistön yhteiseen mainontaan ja brandinrakennukseen?

Jos olisit nyt vuokraamassa uutta liiketilaa, käyttäisitkö apuna kiinteistönomistajan tarjoamaa nettisivustoa, jonka avulla tiloihin ja niiden mahdollisuuksiin voisi tutustua? (esimerkiksi pohjapiirustukset ja tilojen muuntelumahdollisuudet, kulkuyhteydet, parkkipaikat jne.)

KUVALUETTELO

Kuva 1: Karttakollaasi

Kuva 2: Muotoiluprosessin päävaiheet, 2009 (Enginegroup)

Kuva 3: Path to Participation, 2009 (Enginegroup)

Kuva 4: Piirros Wanhan Kaupan julkisivusta,
kiinteistön rakennuslupahakemuksesta vuodelta 1959

Kuva 5: Wanhan Kaupan kiinteistön pohjapiirrokset
rakennuslupahakemuksesta vuodelta 1959

Kuva 6: Ilmakuva Wanhasta Kaupasta, yritysten sisäänkäynnit merkitty

Kuva 7: Wanhan Kaupan internet-sivuston sivurakenne

Kuvamateriaali tekijän omaa, jos ei muuta mainittu.